



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Yhteiskuntavastuuraportointi Case: SSM- ketju

Laustela, Ville

2015 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Leppävaara

## Yhteiskuntavastuuraportointi Case: SSM-ketju

Ville Laustela  
Liiketalous  
Opinnäytetyö  
Maaliskuu, 2015

Laustela, Ville

**Yhteiskuntavastuuraportointi Case: SSM-ketju**

Vuosi 2015 Sivumäärä 58

---

Tässä opinnäytetyössä toteutetaan ohjeistukset yhteiskuntavastuuraporttiin SSM-ketjulle ympäristövastuun sekä sosiaalisen vastuun osalta. Ohjeistuksien mukaan SSM-ketju voi toteuttaa tulevaisuudessa jatkuvaa yhteiskuntavastuuraportointia. Opinnäytetyössä raportoidaan osa ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun kohdista Helsingin Jakelu-Expert Oy:n näkökannalta. Helsingin Jakelu-Expert Oy on yksi SSM-ketjuun kuuluvasta 52:sta yrityksestä.

Tutkimus toteutettiin teemahaastatteluilla sekä benchmarking-menetelmällä. Benchmarking-menetelmän kohdeyritykset olivat Itella sekä Kesko. Itella on SSM-ketjun pääkilpailija ja Kesko on yksi tärkeimmistä asiakkaista.

Tuloksista selvisi, että SSM-ketjun yhteiskuntavastuuraportin tulisi olla lyhyt ja tiivis. Yhteiskuntavastuuraportin visuaalisuus on myös tärkeässä roolissa. Julkaisukanava raportille tulisi olemaan SSM-ketjun Internet-sivut. Myös erilaisten mittarien, kuten hiilidioksidipäästöjen, luominen olisi tärkeässä roolissa yhteiskuntavastuuraportissa.

Opinnäytetyössä on perehdytty yrityksen ympäristövastuuseen ja sosiaaliseen vastuuseen ja selvitetty keskeiset raportoitavat asiat. Ympäristövastuuosiosta on raportoitu kierrätyksen määrät yrityksen keskeisimpien materiaalien osalta. Näitä ovat muovi, kartonki, sanomalehti sekä sekapaperi. Myös sähkön kulutus on raportoitu. Opinnäytetyössä rakennettiin myös kaksi hiilidioksidimittaria kuljetuksen CO<sub>2</sub>-päästöille. Sosiaalisen vastuun osalta on paneuduttu Helsingin Jakelu-Expert Oy:n työntekijöiden määrään, mainosten jakajien koulutukseen, laadunvalvontaan sekä virkitystoimintaan.

Laustela, Ville

**Corporate social responsibility reporting: a case study of the SSM chain**

Year	2015	Pages	58
------	------	-------	----

The subject of this thesis project is the implementation of instructions for a social responsibility report to the SSM chain about environmental and social responsibility. With these instructions the SSM chain will be able to carry out continuous social responsibility reporting. Parts of the environmental and social responsibility sections in this thesis report are reported from the point of view of Helsingin Jakelu-Expert Oy, one of the 52 businesses belonging to the SSM chain.

The research was conducted through theme interviews and benchmarking. The target businesses of the benchmarking were Itella and Kesko, Itella being the primary competitor of the SSM chain and Kesko one of its most important customers.

The results show that the social responsibility report of the SSM chain should be short and concise. The report's visual appearance should also play an important role. The publication channel for the report should be the web pages of the SSM chain and the creation of different measurements such as carbon dioxide emissions should have a vital part in the social responsibility report.

The thesis report clarifies the main reporting requirements for environmental and social responsibilities. In the environmental responsibility section the amount of recycling of essential materials for the company has been reported. These include plastic, cardboard, newsprint and mixed papers. The usage of electricity is also reported. In the thesis two carbon dioxide measurements were created to measure the CO<sub>2</sub> emissions of the transportation. For social responsibility the number of employees in Helsingin Jakelu-Expert Oy, the training of the deliverers, quality control and recreational activities have been taken into account.

**Keywords** corporate social responsibility, social responsibility, environmental responsibility, CSR reporting

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
1.1	Tausta ja tavoite .....	6
1.2	Tutkimusmenetelmät .....	7
1.3	Rakenne ja rajaus .....	9
1.4	SSM-ketjun esittely .....	9
2	Yritysten yhteiskuntavastuu .....	10
2.1	Yhteiskuntavastuun osa-alueet .....	10
2.1.1	Taloudellinen vastuu .....	11
2.1.2	Sosiaalinen vastuu .....	13
2.1.3	Ympäristövastuu .....	14
2.2	Yhteiskuntavastuuraportoinnin syyt .....	15
2.2.1	Taloudelliset kannustimet .....	16
2.2.2	Julkishallinnon kannustimet .....	17
2.2.3	Sidosryhmien odotukset .....	17
2.2.4	Yritysten arvot .....	19
3	Yhteiskuntavastuuraportointi .....	19
3.1	Raportoinnin haasteet .....	19
3.2	Kansainväliset säädökset ja lainsäädäntö .....	20
3.2.1	AA1000 .....	21
3.2.2	ISO 26000 -standardi .....	21
3.2.3	GRI .....	21
3.3	Yhteiskuntavastuuraportin toteuttaminen .....	22
4	Keskon sekä Itellan yhteiskuntavastuuraporttien vertailu .....	24
4.1	Keskon yhteiskuntavastuuraportti 2013 .....	24
4.2	Itellan yhteiskuntavastuuraportti 2013 .....	27
4.3	Keskon ja Itellan yhteiskuntavastuuraporttien vertailu kaaviossa .....	29
5	Teemahaastattelut .....	35
6	Tulokset .....	37
6.1	SSM-ketjun yhteiskuntavastuuraportin sisältö .....	37
6.2	Sosiaalinen vastuu .....	38
6.3	Ympäristövastuu .....	40
7	Yhteenveto .....	45
8	Johtopäätökset .....	45
	Lähteet .....	47
	Kuviot .....	52
	Taulukot .....	53
	Liitteet .....	54

## 1 Johdanto

Vastuullisuuden eri osa-alueista huolehtiminen on osa menestyvän yrityksen perusedellytyksiä. Jotta yritys voi kilpailla pitkällä tähtäimellä menestyksekkäästi, tulee sen vastata niin henkilöstön, ympäristön kuin sidosryhmien tarpeisiin. (Mäkelä 2014). Yhteiskuntavastuusta raportoivat yritykset ovat olleet nousussa viimeisen viiden vuoden aikana. Tosin kasvua ei ole tapahtunut kovin paljon. PwC:n vuonna 2014 julkaistun yritys vastuubarometrin mukaan vuonna 2014 yhteiskuntavastuusta raportoi Suomessa 164 yritystä. Kasvua vuoteen 2009 verran on 43 vastuullisuusraportin verran. Tutkimus kattoi Talouselämä 500 -listan sekä 64 muuta yritystä tai organisaatiota. (Vauhti hiipuu PwC:n yritys vastuubarometri 2014. 2014).

Nyky-yhteiskunta on menossa suuntaan, jossa yhteiskuntavastuuraportointia aletaan vaatia yrityksiltä jatkuvasti yhä enemmän. Vuonna 2014 EU-parlamentti sekä -neuvosto hyväksyivät uuden direktiiviehdotuksen, jonka mukaan suurten (yli 500 henkilöä työllistävien), yleisen edun kannalta merkittävien, yritysten tulisi julkaista raportti yritysten toiminnasta ympäristön kannalta ja sosiaalisista asioista. (Vastuullisuusraportointi: Uudet tuulet puhaltavat, EU eturintamassa. 2014). Toisin kuin Suomessa, on joissakin Euroopan maissa yhteiskuntavastuusta raportointi pakollista. Esimerkiksi Ruotsissa, Tanskassa, Ranskassa sekä Hollannissa on yhteiskuntavastuusta raportointiin velvoittava lainsäädäntö. (Ristelä. 2014).

Yritysten raportoinnissa on myös huomattavia eroja. Osa yrityksistä raportoi pitkiä, yli 100 sivun mittaisia raportteja, kun taas osan raportit ovat vain muutamia sivuja. Yrityksistä osa keskittyy lähinnä pelkän tiedon julkaisuun, ja osalla on huomattavasti visuaalisempi raportin ulkoasu. (Virtanen, Hirvelä. 2014).

Yhteiskuntavastuuraportoinnilla on myös yhteiskunnallisen puolen lisäksi markkinoinnillinen merkitys: vastuullisuudella voi avata uusia markkinoita, lisätä myyntiä ja parantaa yrityksen mainetta. Toimintojen tehostaminen vähentää kustannuksia ja säästää ympäristöä. Hyvin toteutetusta vastuullisuusstrategiasta voi yritys saada kilpailuedun muihin yrityksiin verrattuna. Myös tietyn brändikuvan rakentamisessa vastuullisuudesta raportointi voi auttaa yritystä pääsemään tavoitteisiinsa. (Yritysvastuu on suuri mahdollisuus. 2014).

### 1.1 Tausta ja tavoite

SSM-ketjussa (Suomen Suoramainonta), jolle opinnäytetyö toteutetaan, on tapahtumassa yrityskuvan muutos, minkä tarkoituksena on muun muassa yhtenäistää paikallisjakeluyhtiöt keskenään SSM-brändin alle. Brändimuutoksen jälkeen organisaatiosta tullaan käyttämään päänimitystä SSM-ketju. Tähän mennessä jokainen paikallisyhtiö on toteuttanut lähes itsenäisesti omakuvan markkinointia. Tällä hetkellä osalla SSM-ketjun paikallisyhtiöistä on lyhyt kuvaus

yhteiskuntavastuusta yrityksessä. Myös SSM-ketjun kotisivuilla on lyhyt kuvaus organisaation yhteiskuntavastuusta. Tämä kuvaus on osittain erilainen paikallisyhtiöiden vastuullisuuskuvauksesta. Opinnäytetyön tarkoitus on kohdistaa katse SSM-ketjun tämän hetkiseen yhteiskuntavastuuseen vertaamalla muutaman muun organisaation vastuullisuusraporttia, ja kehittää ja yhtenäistää ketjun mahdollista tulevaa laajempaa yhteiskuntavastuusta. SSM-ketjun ongelma on, ettei varsinaista yhteiskuntavastuuraporttia ole olemassa tällä hetkellä ja vastuullisuudesta raportointi olisi tärkeä osa osana brändimuutosta. Opinnäytetyön vastuullisuuskohdat tullaan raportoimaan Helsingin Jakelu-Expert Oy:n näkökannalta tiedon saamisen helpottamiseksi; SMM olisi liian laaja opinnäytetyön kannalta. Tämän opinnäytetyön tavoite on rakentaa SSM-ketjulle ohjeistukset yhteiskuntavastuuseen, eli luetella asiat mitä raporttiin olisi hyvä sisällyttää. Myös osa yhteiskuntavastuun kohdista tullaan raportoimaan tässä opinnäytetyössä.

Jotkut sidosryhmät, muun muassa IKEA sekä Kesko, vaativat omilta sidosryhmiltään jatkuvaa yhteiskuntavastuuraportointia sekä -auditointia. Tästä syystä SSM-ketjulle on tärkeä pystyä vastaamaan asiakkaidensa tarpeisiin panostamalla vastuullisuusraporttiin. Vastuullisuudesta raportointi luo myös uskottavuutta ja luotettavuutta organisaation toimintaan. Koska SSM-ketjussa on brändimuutos taustalla, on luontevaa ottaa vastuullisuus osaksi yrityksen arvoja.

Opinnäytetyössä tullaan vertailemaan Keskon ja Itellan yhteiskuntavastuuraportteja ja tätä kautta pyritään löytämään validit raportointikohdat SSM-ketjun mahdolliseen yhteiskuntavastuuraporttiin. Kyseisten organisaatioiden yhteiskuntavastuuraporttien vertailuun päädyttiin yhdessä Janton-konernin kehityspäällikön kanssa. Näihin organisaatioiden vastuullisuusraporttien vertailuun päädyttiin siksi, että Itella on SSM-ketjun suurin kilpailija osoitteettoman suoramainonnan saralla ja Kesko on yksi SSM:n suurimmista asiakkaista.

## 1.2 Tutkimusmenetelmät

Seuraavissa kappaleissa käsitellään opinnäytetyössä käytettäviä tutkimusmenetelmiä. Opinnäytetyössä käytetään pääasiassa teemahaastattelu- sekä benchmarking -menetelmää. Koska opinnäytetyön tekijä työskentelee kohdeyrityksessä, on yhteiskuntavastuuraportointiin liittyviä asioita pohdittu kahvipöytätyylisessä keskustelussa.

Haastattelu on erittäin yleinen menetelmä tutkimus- ja kehittämistyössä. Haastattelulla saadaan kerättyä syvällistä tietoa kehittämistä vaativasta kohteesta. Haastattelun ohella kannattaa käyttää myös muita menetelmiä, sillä yleensä ne tukevat toinen toisiaan. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti 2014, 106.)

Haastattelumenetelmiä on useita erilaisia. Strukturoitu eli lomakehaastattelu sopii hyvin faktatietojen keräämiseen. Se myös sopii hyvin tilanteeseen, jossa halutaan kysyä samat kysymykset suuremmalta joukolta. Strukturoitu haastattelu voidaan jakaa kahteen osaan: täysin strukturoituun ja puolistrukturoituun haastatteluun. Täysin strukturoitu haastattelu on suhteellisen jäykkä haastattelumenetelmä; siinä on määritellyt kysymykset, jotka esitetään ennalta määrättyssä järjestyksessä. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset on määritetty etukäteen, mutta niiden järjestystä voidaan vaihtaa haastattelun luonteen mukaan. Tässä menetelmässä voidaan jättää osa kysymyksistä kysymättä, mikäli ilmenee, etteivät ne sovelukaan haastatteluun. Mikäli puolistrukturoidussa haastattelutilanteessa ilmenee uusi kysymys, voidaan se kysyä. Avoin haastattelu on enemmän keskustelutyylinen tapahtuma, jossa haastattelija sekä haastateltava juttelevat esimerkiksi tietystä ongelmasta. Tässä haastattelutavassa ei ole suoranaista haastattelijan ja haastateltavan roolia, vaan keskustelu on hyvin avointa. Haastattelutapahtuma voi olla myös epämuodollinen. Muita haastattelun menetelmiä ovat muun muassa syvähaastattelu ja ryhmähaastattelu. (Ojasalo ym. 2014, 107-109.) Näihin muihin haastattelumenetelmiin ei tässä työssä paneuduta.

Benchmarking on tutkimusmenetelmä, jonka avulla pyritään muita organisaatioita tutkimalla löytämään korrekkeja vaihtoehtoja oman toiminnan kehittämiseksi. Usein vertailtu kohde on menestyvä organisaatio tai muuten jollain tavalla sidoksissa yrityksen toimintaan, kuten saman alan yritys. Benchmarkingissa voidaan tehdä konkreettinen vierailu itse vertailtuun yritykseen, mutta myös tilanteen vaatiessa vierailu Internet-sivuille on mahdollinen. Vertailun jälkeen tuloksia tutkitaan kriittisesti ja niitä vertaillaan oman organisaation toimintaan ja pyritään löytämään oikeat asiat oman toiminnan kehittämiseksi (Ojasalo ym. 2014, 186; Benchmarking - Mitä tarkoittaa Benchmarking? 2014.)

Opinnäytetyössä käytetään kahta eri tutkimusmenetelmää, jotka ovat teemahaastattelut ja benchmarking. Koska opinnäytetyön tekijä työskentelee kohdeyrityksessä, on myös viikottainen kahvipöytäkeskustelu aiheesta mahdollista ilman suunniteltuja kysymyksiä. Benchmarkingia käytetään opinnäytetyössä kahden tärkeän kohderyhmälle sidoksissa olevan organisaation yhteiskuntavastuuraportin vertailuun, ja tätä kautta pyritään löytämään kohdeyritykselle sopivat yhteiskuntavastuuraortin aihealueet. Teemahaastatteluja käytetään muun muassa selvittämään kohdeyrityksen tarvetta vastuullisuudelle ja selvittämään millainen olisi hyvä yhteiskuntavastuuraortti kohdeyritykselle. Teemahaastatteluiden ja keskusteluiden avulla pyritään myös saamaan tietoa yrityksen energiankulutuksesta ja kierrätyksestä.



### 1.3 Rakenne ja rajaus

Opinnäytetyö on rakennettu niin, että johdanto-luvun alla käydään läpi työn taustaa, tavoitteita, tutkimusmenetelmiä, rakennetta sekä työn rajausta. Tämän jälkeen aloitetaan tutustuminen yhteiskuntavastuun eri osa-alueisiin, yritysten motivaattoreihin vastuullisraportointiin. Myös raportoinnin haasteita sekä kansainvälisiä säädöksiä käsitellään tässä luvussa. Tämän jälkeen käydään läpi tarkemmin sitä, miten yhteiskuntavastuuraportti on mahdollista luoda käytännössä. Tätä osiota seuraa kohdeyrityksen esittely sekä kahden valitun organisaation vertailu benchmarking-menetelmän avulla. Lopuksi opinnäytetyössä esitellään kohdeyrityksen mahdollinen yhteiskuntavastuuraporttipohja sekä tulosten yhteenveto ja johtopäätökset. Opinnäytetyössä pyritään käyttämään myös mahdollisimman paljon eri kaavioita ja taulukoita lukukokemuksen helpottamiseksi.

Opinnäytetyö rajataan koskemaan ainoastaan sosiaalista vastuuta ja ympäristövastuuta. Taloudellinen vastuu rajataan pois työstä, koska sosiaalisen vastuun sekä ympäristövastuun katsotaan olevan suuremmassa roolissa SSM-ketjun toimialan mukaisesti. Myöskään vastuullisuuden johtamiseen tai seurantaan ei oteta kantaa tässä opinnäytetyössä. Taloudellinen vastuu on kuitenkin määritelty luvussa 2.1.1 Taloudellinen vastuu.

Opinnäytetyö suunnitellaan SSM-ketjulle, mutta yhteiskuntavastuuraporttipohjan esimerkkikohtat (esimerkiksi paperin kierrätys) raportoidaan Helsingin Jakelu-Expert Oy:n näkökannalta. Eli konsernin muut yhtiöt rajataan pois tältä osin. Tämä johtuu siitä, että tiedon saanti tulisi olemaan liian vaikeaa ja hidasta 52:n jakeluyhtiön osalta. Yhteiskuntavastuun raporttipohjassa taustatietoihin (strategia & analyysi, organisaation taustakuvaus, sidosryhmävuorovaikutus, raportin kuvaus, hallinto) ei paneuduta itse raportissa.

### 1.4 SSM-ketjun esittely

SSM-ketju, eli Suomen Suoramainonta -ketju, on Suomessa valtakunnallisesti toimiva osoitteettoman suoramainonnan jakeluyritys. SSM-ketjuun koostu 52:sta paikallisesta jakeluyrityksestä, kuten pääkaupunkiseudulla ja Kirkkonummen alueilla toimiva Helsingin Jakelu-Expert Oy tai Turun seudulla toimiva Turku-Palvelu Oy. SSM:n omistaa Janton Oy, joka muodostuu yhdeksästä Jantonin omistamasta jakeluyrityksestä ja lisäksi kahdeksassa muussa jakeluyrityksessä on Jantonilla osake-enemmistö (Janton konserni 2014). SSM-ketju kattaa jakelualueeltaan lähes koko Suomen, lukuun ottamatta vaikeasti tavoitettavia alueita, kuten Suomenlinna. SSM-ketjun läpi kulkee vuosittain noin miljardi jakelutuotetta. SSM-ketju kuuluu Suomen Asiakkuusmarkkinointiliittoon (ASML) ja European Letterbox Marketing Associationiin (ELMA). (SSM Suomen Suoramainonta 2014; Helsingin Jakelu-Expert Oy 2014; Turku-Palvelu Oy 2014.)

## 2 Yritysten yhteiskuntavastuu

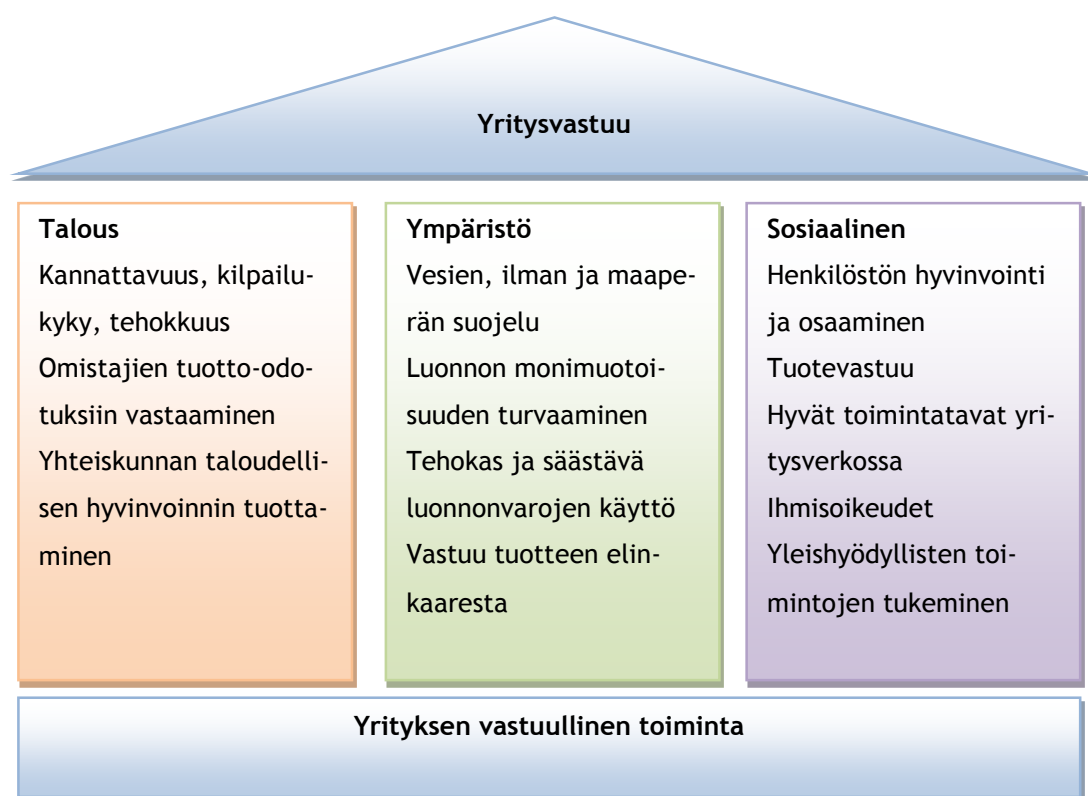
Yhteiskuntavastuuraportoinnin nykyhistorian voidaan katsoa alkaneen 1960-luvulla. Tällöin yleinen arvomaailmojen muutos käänsi katseet yhteiskuntavastuuajattelun eri aspekteille; yrityksiä alettiin pitämään myös yhteiskunnallisina tekijöinä, eikä pelkästään omistajien lisäarvon kasvattajina. Tästä johtuen katseet kääntyivät yritysten toiminnan vaikutuksista ympäristöön, tuoteturvallisuuteen sekä työntekijöiden asemaan. 1970-luvulla yhdysvaltalainen professori Archie Carroll määritteli yhteiskuntavastuun neljä osa-aluetta: taloudellinen vastuu, laillisuus, eettisyys ja hyväntekeväisyys. Suomessa 1970-luvulla luotiin yt-laki, jonka mukaan yritykset velvoitettiin toimimaan henkilöstön kanssa yrityksen muutoksia koskevissa asioissa. 1980-luvulla yritykset ymmärsivät, että heidän on parempi toimia vastuullisesti oma-aloitteisesti, koska yhteiskunta alkoi luoda erilaisia säädöksiä ja lakeja yritysten vastuulliseen toimintaan. 1990-luvulla osa yrityksistä alkoi jo raportoida vastuullisuudestaan, ja tästä syystä 90-lukua pidetäänkin ympäristövastuun taitekohtana. (Juholin 2004, 36-38).

Nykyään yritykset ovat siirtymässä integroituun raportointiin. Integroidun raportoinnin tarkoitus on tehdä lopullisesta raportista tiiviimpi, ja se keskittää katseensa yrityksen tulevaisuuden näkymiin, ansaintalogiikkaan, liiketoimintamallin toimivuuteen sekä toiminnan vaikutuksiin ympäröivään yhteiskuntaan. Integroitu raportointi on tarkoitus toteuttaa yhdistämällä informaatiota, jota löytyy vuosikertomuksista ja vastuullisuusraporteista. Kyseinen uusi raportointimalli helpottaa yritysten työtaakkaa ja sen katsottiin tuovan lisähyötyä niin sijoittajille, muille sidosryhmille kuin yritykselle itselleen. (Remes 2014).

Taloudellisen vastuun puolella on kuitenkin lainsäädäntö, joka tekee yrityksistä kirjanpitovelvollisia. Tämä tarkoittaa sitä, että yritysten tulee olla perillä omista varoistaan, tuloista sekä menoistaan, ja antaa niistä luotettavaa ja rehellistä tietoa eteenpäin. (Airola 2011).

### 2.1 Yhteiskuntavastuun osa-alueet

Yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan sitä, kuinka yritys toimii eri yhteiskuntavastuun osa-alueilla omien sekä sidosryhmien intressien mukaan. Yhteiskuntavastuun kolme osa-aluetta ovat taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu sekä ympäristövastuu. Kuviossa 1 on esitetty yhteiskuntavastuun kolme osa-aluetta. Seuraavissa luvuissa käydään näitä kolmea vastuun aluetta tarkemmin läpi.



Kuvio 1 Yhteiskuntavastuun osa-alueet (Niskanen, Pajunen, Tarna-Mani 2013, 18).

### 2.1.1 Taloudellinen vastuu

Yksi yrityksen vastuullisuustoiminnasta on taloudellinen vastuu. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, kuinka yritys pystyy luomaan taloudellista lisäarvoa yhteiskunnan ja yrityksen sidosryhmien kesken. Taloudelliseen vastuuseen lukeutuu muun muassa palkkojen maksu työntekijöille, ostot muilta yrityksiltä sekä verojen maksu yhteiskunnalle. (Niskala, Pajunen, Tarna-Mani 2013, 17-18.) Mikäli yrityksen taloudellinen puoli ei ole kunnossa, ei yritys todennäköisesti kykene huolehtimaan myöskään sosiaalisesta vastuusta eikä ympäristövastuusta. (Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä 2014). Taloudellisesti vastuullinen yritys tekee hankinnat yrityksiltä, joiden tiedetään toimivan vastuullisesti. Myös sidosryhmien työllistävä vaikutus ja tästä aiheutuvat välilliset palkka- ja verotulot, esimerkiksi hankintoja suunniteltaessa, kuuluvat taloudellisen vastuun piiriin. (Niskala ym. 2013, 74).

Sidosryhmien rooli yritysmaailmassa on kasvanut 2000-luvulla. Paine toimia vastuullisesti, varsinkin suurilla organisaatioilla, on valtava. Suuret organisaatiot ovat alkaneet vaatia omia sidosryhmiä toimimaan vastuullisesti, tai ainakin täyttämään tietyt kriteerit vastuullisuuden puolelta. Tästä johtuen yritysten täytyy ottaa omassa toiminnassaan muutkin asiat huomioon, esimerkiksi ympäristövastuu, kuin pelkästään taloudellinen voitto. (Niskala ym. 2013, 74).

Taloudellinen vastuu tarkastelee suurimmalta osin sitä, miten rahavirrat jakautuvat sidosryhmien kesken. Keskeisiä sidosryhmiä ovat muun muassa omistajat, johto, työntekijät, asiakkaat, tavarantoimittajat, yleishyödylliset järjestöt, julkishallinnon organisaatiot sekä valtio. Viime vuosina on noussut vastakkainasettelua johtoportaalte maksetuista palkkioista sekä työntekijöiden palkoista. (Jussila 2010, 64.) Esimerkiksi vuonna 2012 suurta närää suomalaisissa herätti Finnairin maksamat 2,7 miljoonan euron bonusrahat yhtiön 18:lle avainhenkilölle siitä, että he pysyisivät yhtiössä toimitusjohtajavaihdoksen ajan (Sundqvist 2012). Samaan aikaan henkilöstön määrää ollaan vähennetty jo usean vuoden ajan. Vuodesta 2008 vuoden 2012 loppuun mennessä Finnairin henkilöstön määrä oltiin vähennetty noin 31 %. (Taloudellinen katsaus 2012).

Taloudelliseen vastuuseen kuuluu myös vapaaehtoiset kulut. Näillä kuluilla ei ole suoraa vaikutusta yrityksen liiketoimintaan tai -voittoon. Hyvinä esimerkkeinä vapaaehtoisista ovat hyväntekeväisyyslahjoitukset sekä sponsorointi. Koska hyväntekeväisyyslahjoitukset ovat vapaaehtoisia, ja yritys haluaa tukea tiettyä järjestöä vilpittömästi, on niiden vaikutus negatiivinen yrityksen liikevoittoon. Rahallista menetystä on kuitenkin vaikea verrata hyväntekeväisyyslahjoituksista saatuun positiiviseen yrityskuvaan, mikä voi olla tärkeä osa yrityksen imagoa. (Jussila 2010, 61-62). Esimerkiksi S-ryhmä lahjoitti miljoona euroa valtakunnallisen lastensairaalan rakentamiseen. Lahjoitus sopii erittäin hyvin S-ryhmän arvoihin, joista yksi on ihmisistä ja ympäristöstä vastuunkanto. (S-ryhmä lahjoittaa miljoona euroa lastensairaallalle 2013; Arvot 2014).

Raja hyväntekeväisyyslahjoitusten sekä sponsoroinnin välillä on epäselvä. 2000-luvulla molempien käsitteiden voimakas kehitys on nitonut hyväntekeväisyyslahjoitukset ja sponsoroinnin osittain yhteen. Aikaisemmin hyväntekeväisyyslahjoituksia ei käytetty osana markkinointiviestintää, kun taas sponsorointiin liittyi paljon pr-tapahtumia sekä mainontaa. Nykyään myös hyväntekeväisyyslahjoitukset ovat osa yrityksen yhteiskuntavastuun markkinointiviestintää. Pääerona näiden kahden käsitteen välillä voidaan pitää sitä, että sponsorointia tarkastellaan osana liiketoiminnan kuluja ja hyväntekeväisyyslahjoituksia osana vapaaehtoisia voitonjakoon liittyviä eriä. Tärkeää olisi, että yritys tiedottaisi selkeästi kummasta toiminnasta on kyse. (Jussila 2010, 62-63).

Nykyään huomattavan monen organisaation pääkriteeri on saavuttaa maksimaaliset voitot kuluja karsimalla. Harmillisen usein helpoin tapa on vähentää henkilöstökuluista. Pitkällä aikavälillä tällä on negatiivinen vaikutus jokaisen yrityksen liikevaihtoon, ja vain hetkellinen positiivinen vaikutus henkilöstökuluja leikkaavan yrityksen voittoon. Tämä johtuu siitä, että ihmisten ostovoima heikkenee, eivätkä he kykene kuluttamaan enempää. (”Tätä totuutta yritysjohtajat eivät halua myöntää” 2014). Sen sijaan Henry Ford maksoi työntekijöilleen vuonna 1914 huomattavasti parempaa palkkaa 1900-luvun alun palkkoihin verrattuna. Tästä

johtuen Fordin työntekijöillä oli mahdollisuus hankkia jossain vaiheessa elämäänsä Fordin auto, joita myytiinkin tästä johtuen ennätysmäärä (America's Story for America's Library 2014).

### 2.1.2 Sosiaalinen vastuu

Sosiaalisen vastuun piiriin kuuluu lähinnä toiminnot, jotka käsittelevät ihmisiä. Esimerkiksi henkilöstön hyvinvointi ja kehittäminen, tuotevastuu, kuluttajansuoja, vastuulliset toimintatavat niin yrityksen sisällä kuin ulkopuolella sekä ihmisoikeuksien kunnioittaminen kuuluvat sosiaaliseen vastuuseen. (Niskala ym. 2013, 18). Sosiaalinen vastuu on laajentunut ajan saatossa käsittelemään omien työntekijöiden hyvinvoinnin ohella myös sidosryhmiä. (Jussila 2010, 16).

Sosiaalinen vastuu on monien pienten kokonaisuuksien summa. Sen tärkeimpiä osa-alueita ovat muun muassa työhyvinvointi ja henkilöstön vastuullinen johtaminen. Ihmisoikeudet ovat nousseet myös yhdeksi sosiaalisen vastuun tärkeimmistä osa-alueeksi. Toimialueen hyvinvoinnin säilyttäminen ja kehittäminen ovat yksi monipuolisimmista ja haastavimmista alueista. Neljäs alakohhta sosiaalisen vastuun saralla on tuotevastuu. (Jussila 2010, 16.)

Yrityksen kannalta henkilöstövastuu on ehkäpä tärkein sosiaalisen vastuun osa-alue, koska ilman jaksavaa ja motivoitunutta henkilöstöä, on yrityksen vaikea menestyä markkinoilla. Henkilöstövastuu jaetaan myös useampaan alalajiin, joita ovat muun muassa työntekijöiden ja kautuminen esimerkiksi iän ja sukupuolen mukaan, työehdot ja työntekijöiden oikeudet, palkkaus, työterveys, työturvallisuus, koulutus ja osaamisen kehittäminen sekä tasa-arvo. (Jussila 2010, 98-100.)

Ihmisoikeudet ovat erittäin haastava osa sosiaalista vastuuta. Maailmanlaajuisen tasa-arvon edistämiseksi jokaisen yksilön ja yrityksen tulisi puolustaa ihmisoikeuksia niissä maissa, joissa ihmisoikeuksia ei kunnioiteta luonnostaan. Koska useimmat länsimaiset globaalit yritykset kunnioittavat ihmisoikeuksia omissa yrityksissään, kohdistuukin katse lähinnä heidän yhteistyökumppaneihin, alihankkijoihin ja tavarantoimittajiin, sekä heidän työntekijöiden kohteluun. Ihmisoikeuksien tarkastelun kohdat ovat osittain samat kuin yrityksen sisäisen henkilöstövastuun tarkastelukohdat. Näihin kuuluu esimerkiksi syrjinnän, lapsityövoiman, pakkotyön, työturvallisuuden sekä mahdollisten alkuperäisväestöjen oikeuksien seuraaminen. Jokaisen ihmisoikeuksia kunnioittavan yrityksen tulisi olla selvillä hankintoja tehdessään, kuinka yhteistyökumppani toteuttaa ihmisoikeuskysymyksiä. (Jussila 2010, 105-106.)

Nyky-yhteiskunnassa harmillisen usein globaalit yritykset hankkivat raaka-aineita alueilta, joissa ihmisoikeuksia ei kunnioiteta. Esimerkiksi vuonna 2010 julkaistussa tanskalaisen Frank

Poulsenin dokumentissa, Verikännykät, tutkitaan Nokian yhteyksiä mineraalihankintoihin, joiden alkuperä sijaitsee Kongossa. Näissä kaivoksissa ihmisoikeuksia ei tunneta, ja mineraaleista saaduilla varoilla rahoitetaan paikallista sodankäyntiä. (Verikännykät 2010.) Nokian yritysvastuun päällikkö Mika Kiiskinen kuitenkin kiisti kaiken (Nokia kiistää verimineraalien käytön 2010).

Tuotevastuun alue mittaa pääasiassa yrityksen tuotteiden sekä palveluiden käytön vaikutuksia asiakkailla. Käytännössä tämä tarkoittaa tuoteturvallisuuden maksimointia. Tuoteturvallisuutta lisää esimerkiksi laadukas käyttöönopastus sekä sen varmistaminen, että asiakkaalla on laajasti tietoa ja taito tuotteen turvalliseen käyttöön. Myös eri tuotteiden markkinoinnin oikeellisuus ja eettisyys sekä asiakkaan yksityisyyden suoja ovat osa tuotevastuuta. (Jussila 2010, 112-113.)

Toimialueen hyvinvointi on neljäs sosiaalisen vastuun osa-alue, ja se tarkastelee niin yrityksen omaa kuin asiakkaiden lähialueita. Toimialueen määrittämisestä tärkeää onkin tietää oman sekä asiakkaiden lähialueiden välinen painotus. Tämä on helppoa, mikäli asiakkaat ovat yrityksen läheisyydessä, mutta usein asiakkaita löytyy paljon myös kauempana yrityksen välittömästä sijainnista. Toimialueen hyvinvoinnin edistämiseksi yrityksen tulisi toimia yhtenä osana toimialuetta sekä vaikuttaa alueen talouselämään käyttämällä omaa osaamistaan ja omia resursseja alueen hyvinvoinnin edistämiseksi. Muun muassa yrityksen, joka antaa omien työntekijöiden osallistua alueen yleishyödyllisiin tapahtumiin, voidaan katsoa toimineen alueen hyväksi. (Jussila 2010, 119-121.)

### 2.1.3 Ympäristövastuu

Ympäristövastuu tarkoittaa yksinkertaisesti yrityksen toimintojen vaikutuksia ympäristöön. Täydellistä ympäristövastuuta toteuttavan yrityksen tavoite on säilyttää vastaavat resurssit maapallolla tulevaisuudessakin. (Jussila 2010, 78, 82.)

Ympäristövastuuta kunnioittava yritys tietää oman toimintansa vaikutukset ympäristöön, noudattaa lainsäädäntöä sekä tiedostaa ympäristöasioihin liittyvät muutostarpeet ja kykenee kehittämään toimintaansa jatkuvasti siihen liittyen. Ympäristövastuuta toteutetaan muun muassa energian, materiaalien ja luonnonvarojen säästävällä käytöllä sekä jätteiden määrän minimoimisella sekä kierrätyksellä. Myös vesistöjen, ilman ja maaperän suojeleminen sekä kasvihuonepäästöjen vähentäminen on osa ympäristövastuuta. Vastuullisesti toimiva yritys kehottaa ja tarjoaa ratkaisuja ympäristön suojeluun muille yrityksille sekä kuluttajille. Taloudellinen vastuu ja ympäristövastuu kulkevat osittain käsikädessä; kun prosesseja tehostetaan, taloudellisen hyödyn lisäksi ympäristö säästyy. (Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä 2014).

Ympäristövastuuta voidaan tarkastella useiden eri osa-alueiden kautta. Osa-alueet voidaan jakaa oman yrityksen toiminnan, yhteistyökumppaneiden, yrityksen tuotteiden sekä palveluiden osa-alueisiin sekä muihin yrityksen välillisiin ympäristövaikutuksiin. Oman toiminnan ympäristövaikutukset ovat näistä helpoiten analysoitava osa-alue, koska yrityksellä pitäisi olla kuva omista välittömistä ympäristövaikutuksista. Periaatteessa yrityksen omat työntekijät tuottavat nämä ympäristövaikutukset jokapäiväisellä työskentelyllään. Nousevana trendinä on yrityksen tuottamien tuotteiden ympäristövaikutusten seuranta niiden koko elinkaaren aikana. Seurantaan kuuluu muun muassa se, mitä tuotteelle tapahtuu sen päädyttyä asiakkaalle. (Jussila 2010, 79.)

Raaka-aineiden ja energian käytön tarkastelu voidaan jakaa uusiutumattomiin sekä uusiutuviin osa-alueisiin. Erityisesti uusiutumattomien raaka-aineiden käyttö tulisi hallita ja suunnitella hyvin; millä yritys korvaa ehtyneen raaka-aineen, kun se loppuu tai ehtyy taloudellisesti käyttökelvottomaksi maapallolta. (Jussila 2010, 82.) Hyvänä esimerkkinä Neste Oil kehittää jatkuasti uusiutuvaa biopolttoainetta, jota pystytään valmistamaan yli kymmenestä eri raaka-aineesta, muun muassa elintarviketeollisuuden rasvajätteestä tai rypsiöljystä (Uusiutuvat raaka-aineet 2014). Energian kulutuksessa katse kohdistuu enemmän kulutusmääriin kuin tuotantotapaan. Vedenkulutuksen tarkastelussa tuotantotapa sekä kulutus on yhtä suuressa roolissa kuin raaka-aineiden sekä energian tarkastelussa. (Jussila 2010, 82-83).

Maa-alueiden käytön tarkastelu koskee Suomessa pääasiassa vain metsäteollisuutta sekä maanviljelyn vaikutusta biodiversiteettiin. Näiden yritysten tulisi olla tietoisia yrityksen vaikutuksistaan ympäristön kasvistoon ja eläimistöön. Yrityksen päästöt ilmaan luokitellaan sen mukaan, kuinka haitallisia ne ovat ympäristölle. Tästä johtuen kasvihuonekaasujen tarkastelu on kasvanut. Muun muassa energiankulutus pyritään raportoimaan myös CO<sub>2</sub>-ekvivalenttina eli hiilidioksidisyksikköinä. (Jussila 2010, 83).

## 2.2 Yhteiskuntavastuuraportoinnin syyt

Yhteiskuntavastuuraportointi tulisi aina perustua yrityksen vapaaehtoisuuteen tuoda sekä omat hyvät että kehitystä vaativat puolet esiin. Muutamissa maissa, kuten Ruotsissa, Tanskassa, Hollannissa sekä Yhdysvalloissa on otettu yhteiskuntavastuuraportointiin velvoittavia säädöksiä käyttöön. Ongelmaksi näissä maissa on todettu se, että ohjeistukset vastuullisuusraportointiin eivät ota kantaa sen sisältöön, mikä suoraan johtaa siihen, etteivät vastuullisuusraportit ole kovin vertailukelpoisia. Niillä toimipaikoilla, jotka ovat rekisteröityneet EMAS-asetuksen mukaiseen ympäristöjohtamisjärjestelmään, on Suomessa raportointivelvollisuus. (Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen 2011, 268-269.) Yritysten päämotiivit vastuullisuusraportointiin voidaan jakaa neljään osaan: taloudellisiin ja poliittisiin tekijöihin, sidosryhmien

odotuksiin sekä yritysten arvoon (Harmaala & Jallinoja 2012, 58). Näitä käsitellään seuraavissa kappaleissa. Kuviossa 2 on esitetty yrityksen motivaattorit.



Kuvio 2 Yrityksen motivaattorit yhteiskuntavastuuraportointiin (Harmaala & Jallinoja 2012, 58).

### 2.2.1 Taloudelliset kannustimet

Yhteiskuntavastuun ja taloudellisen hyödyn välistä suhdetta on pyritty mittaamaan sekä yksittäisten yritysten että laajempien yritysaineistojen avulla. Tutkimuksista on muodostunut käsitteitä, kuten yhteiskuntavastuun suorituskyky sekä kestävän kehityksen mukainen suorituskyky. Näiden käsitteiden pohjalta on pyritty löytämään vastaus vastuullisuudesta aiheutuvien kulujen ja hyötyjen suhteeseen. Koska vastuullisuudesta aiheutuvien suoranaisten hyötyjen mittaaminen on erittäin vaikeaa, suoraa yhteyttä ei ole pystytty mittaamaan täydellisesti. Kuitenkin osasta yhteiskuntavastuuta noudattavista yrityksistä on tullut menestystarinoita. Nämä onnistuneet organisaatiot osoittavat, että ympäristöön ja ihmisiin panostettaessa voidaan luoda lisäarvoa yritykselle esimerkiksi säästämällä kuluista tai kasvattamalla kysyntää. (Harmaala & Jallinoja 2012, 59.)

Yritys voi karsia kustannuksiaan muun muassa tehostamalla raaka-ainekäyttöään hävikin ollessa suuri tai vähentämällä liikematkustamista. Materiaalihävikistä syntyy kuluja monessa vaiheessa: raaka-aineita hankitaan liikaa tai myytäviä tuotteita tuotetaan liian vähän. Kun yritys vaihtaa tuontokoneistoa vähemmän saastuttavaan tai kuluttavaan versioon, saa se pitkällä aikavälillä taloudellisia säästöjä. Tätä kautta yrityksen kannattavuus ja kilpailukyky voi parantua. Myös sosiaaliseen puoleen panostamalla voidaan saada suuria taloudellisia hyötyjä aikaan. Työviihtyvyyteen, -turvallisuuteen ja koulutukseen sijoittamalla voidaan keskipitkällä



aikavälillä saada kustannushyötyjä ja lisätä työntekijöiden viihtyvyyttä. Työpaikalla viihtyvyys heijastuu suoraan sairaspotilaiden vähenemiseen, tuottavuuteen ja innovatiivisuuteen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 59-60.)

Vastuulliseksi koettu yritys voi vaikuttaa positiivisesti muun muassa rahoituksen saantiin, yhteistyökumppanuuksiin sekä toimittaja- ja viranomais-suhteisiin. Yhteiskuntavastuun avulla yritys voi havaita hiljaisia signaaleja sekä riskejä, jotka muuten voisivat jäädä huomaamatta. Riskienhallinta onkin monen yrityksen motiivi yhteiskuntavastuulle. (Harmaala & Jallinoja 2012, 60.)

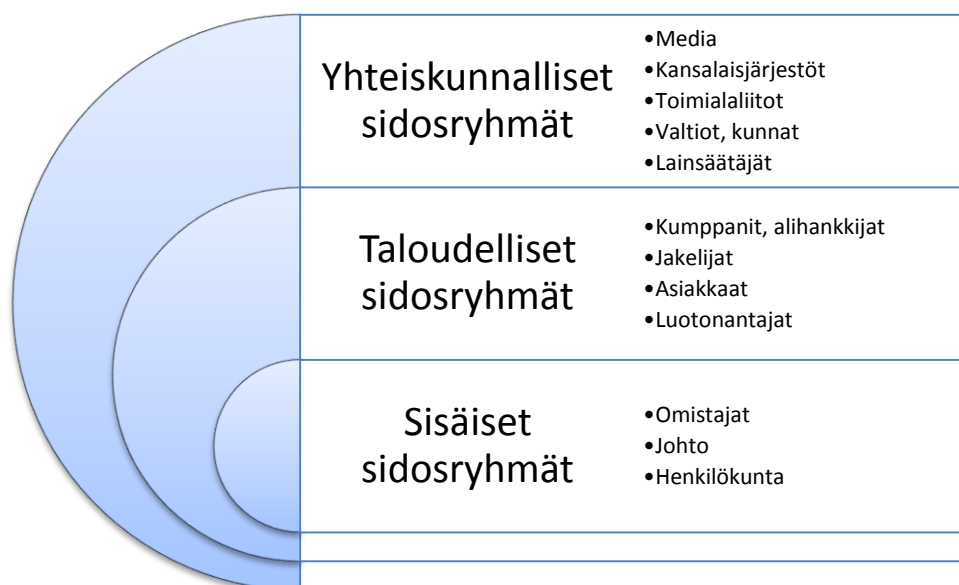
### 2.2.2 Julkishallinnon kannustimet

Kansainvälinen yhteisö, valtio sekä muut julkiset toimijat pyrkivät luomaan painetta yritykselle, jotta se toimisi vastuullisesti. Myös yhteisöjen luomat kansainväliset säädökset sekä kansalliset säädökset pakottavat yrityksiä toimimaan tiettyjen normien puitteissa. (Harmaala & Jallinoja 2012, 62.) Kansainvälisiä säädöksiä käsitellään tarkemmin luvussa 3.2.

Yrityksen näkökulmasta vastuullisuuteen liittyvät lainsäädännöt voivat olla taloudellisesti joko positiivisia tai negatiivisia. Uuden lain jälkeen kuluttajat voivat kiinnostua yrityksen vastuullisista tuotteista. Lainsäädännön heikko puoli yrityksen kannalta on muun muassa se, että mikäli tietyn raaka-aineen, esimerkiksi kemikaalin käyttö kielletään, ei korvaavalla kemikaalilla saada yhtä hyvää tuotetta, mikä johtaa kuluttajien kiinnostuksen loppaamiseen. Uuden lainsäädännön jälkeen tuotantokustannukset voivat kasvaa huomattavasti. Esimerkiksi sähkön verotuksen kasvu voi vaikuttaa negatiivisesti energiantensiiviseen teollisuuteen. Säädöksistä aiheutuva epävarmuus hidastaa organisaatioiden investointeja. (Harmaala & Jallinoja 2012, 62.)

### 2.2.3 Sidosryhmien odotukset

Yrityksen sidosryhmiä ovat kaikki tahot, joihin yritys vaikuttaa omalla toiminnallaan, ja ne tahot, jotka vaikuttavat yrityksen toimintaan joko suorasti tai epäsuorasti. Sidosryhmät voidaan jakaa vielä kolmeen ryhmään: sisäisiin, taloudellisiin sekä yhteiskunnallisiin sidosryhmiin. Seuraavassa kuviossa on esitetty tyypillisimmät sidosryhmät.



Kuvio 3 Yrityksen yhteiskunnalliset, taloudelliset sekä sisäiset sidosryhmät (Harmaala & Jallinoja 2012, 65).

Taloudellisilla eli liiketoimintasidosryhmillä on suora taloudellinen vaikutus yrityksiin; ne ovat osa yrityksen liiketoimintaa. Tärkeimpiä liiketoimintasidosryhmiä ovat asiakkaat, tavarantovittajat sekä rahoittajat, joiden kiinnostus organisaatiota kohtaan on ratkaiseva tekijä yrityksen menestykseen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 65-66.) Asiakkaat voivat vaatia yritystä toimimaan tietyn vastuullisuusmallin mukaisesti. Esimerkiksi IKEA vaatii jokaiselta yhteistyökumppaniltaan IWAY-standardin mukaisen toimintamallin (IWAY Standard 2008).

Yhteiskunnalliset sidosryhmät ovat ryhmä, joilla ei ole suoraa taloudellista intressiä yritystä kohtaan, mutta jotka ovat kuitenkin jossain määrin tekemisissä yrityksen kanssa. Tähän ryhmään kuuluu esimerkiksi verottaja, julkishallinnon toimijat, kansalaisjärjestöt sekä media. (Harmaala & Jallinoja 2012, 66.) Median vaikutus yhteiskunnallisena sidosryhmänä voi olla huomattava. Jatkuvat positiiviset tai negatiiviset uutiset yrityksestä voivat tuoda suuria taloudellisia etuja tai haittoja yritykselle.

Yrityksen eri sidosryhmien odotukset vastuullisuuden kriteereistä saattavat poiketa toisistaan. Kaikki yritykset, varsinkin suuret organisaatiot, eivät voi vastata kaikkien sidosryhmien vaatimuksiin täydellisesti. Tällöin on tärkeää tunnistaa ja priorisoida oman liiketoiminnan olennaisimmat sidosryhmät, ja pyrkiä vastaamaan niiden odotuksiin mahdollisimman hyvin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 66.)

## 2.2.4 Yritysten arvot

Yritys voi seurata muiden arvojen, kuten taloudellisten ja toiminnallisten arvojen lisäksi eettisiä arvoja, jotka pyrkivät tuomaan hyvää niin yhteiskunnalle että ympäristölle. Eettisiä arvoja noudattava yritys käy jatkuvaa keskustelua sidosryhmien kanssa ja täten yritys pyrkii vaikuttamaan yhteisön ja sidosryhmien vastuulliseen suhtautumiseen. (Harmaala & Jallinoja 2012, 70-71). Suomessa esimerkiksi OP-Pohjolan kaikki kolme arvoa (ihmisläheisyys, vastuullisuus sekä yhdessä menestyminen) ovat pääosin vastuullisuuteen liittyviä. (Arvot 2012).

## 3 Yhteiskuntavastuuraportointi

Seuraavissa luvuissa käsitellään yhteiskuntavastuuraportointiin liittyviä haasteita sekä erilaisia kansainvälisiä säädöksiä ja lakeja. Luvussa 3.3 perehdytään miten vastuullisuusraportti voitaisiin toteuttaa. Myös kohdat, joita raporttiin olisi hyvä sisällyttää, käydään läpi luvussa 3.3.

### 3.1 Raportoinnin haasteet

Suurin haaste vastuullisuusraportoinnissa on se, ettei yritys tiedosta varsinaista lukijakuntaa, joka tosin saattaa olla suhteellisen hajanainen. Raporttikokonaisuudesta saattaa tulla niin hajanainen, ettei se ei ole täysin sopiva kenellekään. Tästä syystä yrityksen tulisi ensin määrittää kenelle se kohdistaa vastuullisuusraportin. Yhteiskuntavastuuraportin tulisi olla osana sisäisen kehittämisen tukea sekä informaatiopaketti yrityksen vastuullisuudesta kiinnostuneille sidosryhmille. (Joutsenvirta ym. 2011, 270.)

Tärkeää on myös miettiä, millainen viestintäkanava raportille sopii parhaiten. Toki monet yritykset, varsinkin isot organisaatiot, käyttävät useita eri viestintäkanavia, koska se parantaa vastuullisuusraportin kohdennettavuutta eri lukijaryhmille. Toisaalta se lisää raportin hajanaisuutta, ja erityistiedon löytäminen voi olla vaikeaa, mikäli jokaisesta raportin viestintäkanavasta ei löydy täysin samat tiedot. (Joutsenvirta ym. 2011, 271.) Seuraavassa taulukossa on esitetty kolmen yleisimmän viestintäkanavan edut ja haitat.

	<b>Etuja</b>	<b>Haittoja</b>
<b>Vuosikertomus</b>	Vastuullisuus näkyy luonnollisena osana yrityksen toimintaa.	Yhteiskuntavastuulle saattaa jäädä vähän tilaa vuosikertomuksessa. Vuosikertomus saattaa laajentua liikaa.
<b>Erillinen painettu lehti</b>	Vastuullisuus voidaan esittää laajasti.	Raportit saattavat laajentua liikaa ja luettavuus heikkenee.
<b>Internet-sivut</b>	Voidaan tuoda runsaasti tietoa niin ettei se rasita nopeaa lukijaa.	Voi syntyä kuva hajanaisuudesta. Myös kokonaisuuden välittäminen on vaikeaa.

Taulukko 1 Raportointimallien edut ja hyödyt (Joutsenvirta ym. 2011, 271).

Raportointiin liittyy myös kysymys sen luotettavuudesta ja uskottavuudesta. Varsinkin isoissa yrityksissä tiedon saanti voi osoittautua erittäin vaikeaksi. On tärkeää, että tiedonkeruuprosessi on hyvin organisoitu. Laskentatavat eri mittareihin, kuten vesipäästöjen rehevöittävään vaikutukseen, vaihtelevat yritysten välillä. Vastuuraportoinnin luotettavuutta lisää huomattavasti se, että ulkoinen taho on varmentanut raportin tiedot. Uskottavuutta lisää myös se, että raportoidut tiedot perustuvat faktoihin, esimerkkeihin ja johtamisjärjestelmään. Myös raportissa käytetyllä tyylillä on suuri merkitys varsinkin kansainvälisissä vastuullisuusraporteissa. Suomalaisiin vetoaa lähinnä niukka ja asiallinen kirjoitustyyli, joka saattaa ulkomaalaisesta tuntua varovaiselta tai peittelevältä. (Joutsenvirta ym. 2011, 278.)

### 3.2 Kansainväliset säädökset ja lainsäädäntö

Yhteiskuntavastuuseen liittyy omanlainen lainsäädäntö, joka määrittää pitkälti yritysten vastuullisuuden eri kriteerejä (Harmaala & Jallinoja 2012, 202). Seuraavissa kappaleissa tullaan käsittelemään yhteiskuntavastuun eri standardeja ja lainsäädäntöjä.

Jokaisella yrityksellä on ympäristölainsäädännön mukaisesti velvollisuus huolehtia ympäristön suojelusta ja olla tietoinen yrityksen toiminnan aiheuttamista välillisistä ja välittömistä ympäristövaikutuksista. Suomessa vastuullisuuden lainsäädäntö on lähes yhtenevä EU:n lainsäädännön kanssa. Kolme yleisintä yritysten vastuullisuutta säätelevää standardia ja ohjeistoa käydään läpi seuraavissa kappaleissa. Pääosin lainsäädäntö koskee joko yrityksen toimintaa tai sen valmistamia tuotteita ja tarjoamia palveluita. Tuotteita koskeva lainsäädäntö on viime vuosina lisääntynyt paljon ja lainsäädännön painotus onkin siirtymässä tuotannon ohjauksesta tuotelähtöiseen lainsäädäntöön. Yrityksille suuren haasteen tuo eri maiden omat säädökset vastuullisuuden saralla. Tästä syystä yritysten tulisi paneutua kohdemarkkina-alueen

omaan lainsäädäntöön, ja mahdollisesti muokata valmistamia tuotteita kohdealueelle soveltuviksi. (Harmaala & Jallinoja 2012, 203.) Seuraavissa luvuissa käsitellään kolme yleisintä yhteiskuntavastuun standardia, jotka ovat AA1000, ISO 26000 sekä GRI.

### 3.2.1 AA1000

AA1000 on AccountAbility-yhteisön kehittäämä standardi. AA1000-standardin tavoite on edistää yritysten yhteiskuntavastuullisuutta sekä sen seuranta ja mittaaminen. AA1000 on useamman pienemmän kokonaisuuden summa. Tärkein AA1000-standardikokonaisuuden osa on AA1000APS eli periaatestandardi. AA1000APS määrittää kolme periaatetta yrityksen toiminnolle liittyen sidosryhmiin ja niiden kanssa kommunikointiin. Nämä kolme osa-aluetta ovat huomioiminen, merkittävyys sekä vastaaminen. Osa-alueille määritetään tietyt kriteerit sekä tavoitteet, mitkä liittyvät yleensä organisaation yleisiin prosesseihin sekä toimintatapoihin. (Jussila 2010, 47-49.)

### 3.2.2 ISO 26000 -standardi

ISO 26000 -standardi on ISO-organisaation kehittäämä yhteiskuntavastuustandardi (Jussila 2010, 49). Se soveltuu käytettäväksi niin teollisuusmaissa kuin kehittyvissä maissakin. Standardi on erinomainen apuväline kokemattomille raportoijille, ja se toimii myös auttavana osana kehittämään jo valmista yrityksen vastuullisuuskokonaisuutta. ISO 26000 -yhteiskuntavastuustandardi käsittelee muun muassa seitsemää eri yhteiskuntavastuun osa-aluetta: hallintotapaa, ihmisoikeuksia, työelämän käytäntöjä, ympäristöä, oikeudenmukaisia toimintatapoja, kuluttaja-asioita sekä yhteisön toimintaan osallistumista ja sen kehittämistä. (Vahtila 2014.)

### 3.2.3 GRI

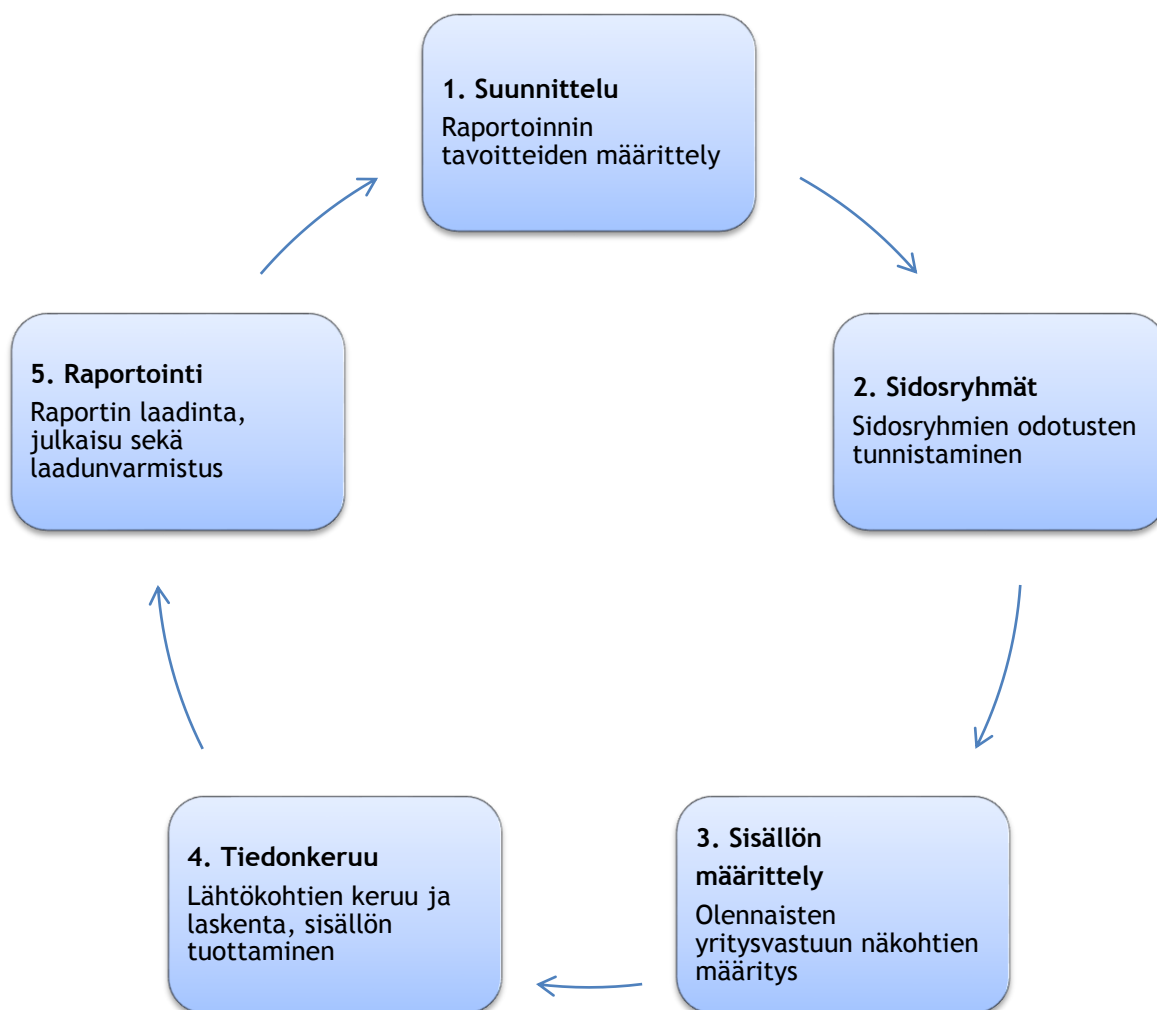
GRI on yhteiskuntavastuuraportoinnin viitekehys ja raportointiohjeisto, jonka avulla yritys pystyy luomaan itselleen yhteiskuntavastuuraportin. Ohjeisto koostuu kolmesta pääperiaatteesta, joita ovat taloudellinen, sosiaalinen, sekä ympäristövastuu. GRI:n tavoite on tarjota yrityksille ohjeistusta yhteiskuntavastuuraportoinnista ja saada siitä vakiokäytäntö organisaatioiden keskuudessa. (Global Reporting Initiative 2014.) GRI-raportointiohjeistoissa on valinnanvaraa; jokainen organisaatio pystyy räätälöimään yleisten kansainvälisten ohjeistojen ohella omaan liiketoimintaan soveltuvat tunnusluvut muun muassa sosiaalisen ympäristövastuun saralla. GRI-ohjeistuksista on tullut useita eri versioita. Muun muassa G3-ohjeistoprojekti aloitettiin vuonna 2006. Seuraava päivitys, G3.1, julkaistiin vuonna 2011. Parannuksia edelliseen versioon oli tehty muun muassa ihmisoikeuksien ja sukupuolten tasa-arvon saralla. Vi-

meisin GRI-ohjeisto on vuodelta 2013, G4, jonka käyttö on yleistymässä maailmalla. (Raportointiohjeistot 2014; G3.1 AND G3 GUIDELINES 2014.) Suurin ero edelliseen versioon on olennaisten vastuullisuusasioiden tunnistamisessa raportoinnin sisällön perustana. Myös uusia raportointikohtia on lisätty esimerkiksi energiatehokkuuden, kasvihuonekaasujen sekä eettisten periaatteiden noudattamisen raportointiin. (Niskanen ym. 2013, 110.)

Vuodesta 2017 alkaen Suomessa kaikkien yli 500 työntekijää työllistävien yritysten tulee raportoida taloudellisesta, sosiaalisesta ja ympäristövastuusta uuden EU-direktiivin johdosta. Direktiivin tarkoitus on auttaa yrityksiä kehittämään toimintaansa vastuullisuuden saralla sekä antaa kattavaa vastuullisuustietoa sijoittajille, kansalaisjärjestöille, kuluttajille sekä yrityksen muille sidosryhmille. Tiedon tarkoitus on myös selvittää yrityksen todellinen arvo ja organisaation tulevaisuuden näkymät. Näitä raportteja kutsutaan nimellä integroitu raportti, ja niiden käyttö tulee FIBS ry:n mukaan kasvamaan tulevaisuudessa Suomessa. (Raportointiohjeistot 2014.)

### 3.3 Yhteiskuntavastuuraportin toteuttaminen

Tarve yhteiskuntavastuuraportointiin voi syntyä niin ulkoisista kuin sisäisistäkin paineista. Esimerkkejä ulkoisista paineista voi olla muun muassa sijoittajien kyselyt, asiakkaiden tarjouspyyntöihin liittyvät kyselyt, viranomaisohjeistus tai muiden sidosryhmien odotukset vastuullisuusraportoinnille. Sen sijaan sisäisiä tarpeita voi olla yhteiskuntavastuun seurannan tarpeen nousu tai yrityksen arvojen noudattaminen. Yhteiskuntavastuuraportointia suunniteltaessa yrityksen tulisi selvittää tarkasti omat tavoitteet, näkökohdat, avaintunnusluvut sekä sidosryhmien kiinnostuneisuus yhteiskuntavastuuseen. Kun yritysjohto on viestittänyt aikeistaan vastuullisuusraportointiin niin sisäisesti kuin ulkoisestikin, on se käytännössä sitoutunut siihen. (Niskala ym. 2013, 100). Seuraavassa kuviossa on listattu viisivaiheinen yhteiskuntavastuuraportoinnin prosessi.



Kuvio 4 Yhteiskuntavastuuraportoinnin prosessi (Niskala ym. 2013, 103)

Raportointi lähtee liikkeelle suunnitteluvaiheesta, jossa määritetään muun muassa projektin aikataulu, resurssit sekä raportin yksityiskohtainen sisältö. Suunnitteluvaiheen jälkeen tulisi olla myös selvää, kuka raportin laatii, ja kuinka raportin tietojen luotettavuus varmistetaan. Sidosryhmien tunnistamisvaihe on olennainen osa raporttikokonaisuuden onnistumisen kannalta. Se voi vaikuttaa keskeisesti raportin sisältöön sekä raportointityyliin ja toteutustapaan. Raportin laadintavaiheessa kerätty tieto lajitellaan julkaistavaan muotoon. Tässä vaiheessa palataan myös sidosryhmien toiveisiin; kuinka ne otetaan huomioon julkaistussa versiossa. Julkaisuvaiheessa on tärkeää myös muistaa pääkohderyhmä, jolle raportti suunnataan. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että valmis raportti tulisi olla tarpeeksi selkeä ja helposti ymmärrettävissä ainakin kohderyhmän kannalta. Kohderyhmää ajatellen myös julkaisujankoha on tärkeä. Esimerkiksi jos kohderyhmä ovat omistajat ja sijoittajat, paras ajankohta julkaisulle

on todennäköisesti vuosikertomuksen kanssa, ja jakaa se yhtiökokouksessa osakkaille. (Niskala ym. 2013, 104-105.).

Yhteiskuntavastuuraporttia suunnitelevan yrityksen tulee olla tietoinen siitä, että projekti on jatkuva, koko raportointikauden kestävä hanke, jossa tietoa syntyy ja kerätään jatkuvalla syötöllä. Raportointivaiheessa olisi suotavaa kerätä palautetta muun muassa organisaation sidosryhmiltä. Sidosryhmien palautteet auttavat raportoinnin kehittämisessä eteenpäin ja toimii myös omalta osaltaan ulkoisena varmistuksena raportille. (Niskala ym. 2013, 105.)

Euroopan komission suositusten mukaan yhteiskuntavastuuraportista tulisi ympäristövastuuosista löytyä seuraavat tunnusluvut: materiaalin kulutus, veden kulutus, päästöt ilmaan ja vesiin, toiminnassa syntyvät jätteet ja toiminnan ympäristömenot. Kirjanpitolautakunnan mukaan raportista olisi hyvä tulla ilmi, täyttääkö organisaatio tulevat ympäristövaatimukset vai tuleeko ympäristön suojelun saralla tehdä uusia investointeja. (KHT-yhdistys - Föreningen CGR ry 2008, 17.)

Sosiaalisen vastuun puolelta on suositeltavaa esittää raportissa ainakin henkilöstön keskimääräinen lukumäärä sekä palkkojen ja palkkioiden kokonaissumma tilikaudella. Vapaaehtoisia tunnuslukuja Kirjanpitolautakunnan mukaan on muun muassa seuraavat asiat: henkilöstön rakenne, palkitseminen, henkilöstöjohtaminen, henkilöstön ja osaamisen kehittäminen, työhyvinvointi, työterveys ja turvallisuus sekä tasa-arvo. (KHT-yhdistys - Föreningen CGR ry 2008, 15.) Myös asiakas- sekä henkilöstötyytyväisyyskyselyiden merkitys on suuri osana vastuullisuusraporttia. Molemmilla tyytyväisyyskyselyillä on suuri arvo oman palvelun kehittämisen kannalta. (Vastuullinen yrittäjyys pk-yrityksessä 2008).

#### 4 Keskon sekä Itellan yhteiskuntavastuuraporttien vertailu

Seuraavissa luvuissa verrataan Keskon ja Itellan yhteiskuntavastuuraportteja sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun saralta. Luvussa 4.3 on molempien yritysten yhteiskuntavastuun raportointikohdat tuotu taulukkoon vertailun helpottamiseksi.

##### 4.1 Keskon yhteiskuntavastuuraportti 2013

Kesko Oyj on toteuttanut laadukasta yhteiskuntavastuuraportointia koko 2000-luvun. (Yhteiskuntavastuun raportit 2014). 2000-luvulla Kesko Oyj:n yhteiskuntavastuuraportti on ollut kymmenenä vuotena FIBS vastuullisuusraportointikilpailussa eri sarjojen palkintosijoilla. Vuonna 2013 media ja kansalaisjärjestöt valitsivat Keskon raportin parhaaksi. (Vastuullisuusraportointikilpailun voittajat 2014.) Kesko julkaisee useiden kymmenten sivujen mittaisen yhteiskunta-



vastuuraportin suomeksi sekä englanniksi. Myös tiivistelmä raportista löytyy ruotsiksi, norjaksi, viroksi, latviaksi, liettuaiksi sekä venäjäksi, jotta tieto vastuullisuudesta tavoittaisi kaikki sidosryhmät mahdollisimman hyvin. Kesko käyttää raportoinnissaan 2013 GRI G4 -ohjeiston peruslaajuutta, mutta raportissa esitetään perussisältö huomattavasti laajemmin, mitä peruslaajuus vaatii. (Keskon yhteiskuntavastuun raportti 2013 2014; Corporate Responsibility Report 2013 2014.) Seuraavissa luvuissa käydään tarkemmin läpi Keskon yhteiskuntavastuuraporttia sosiaalisen ja ympäristövastuun osalta vuodelta 2013.

## **Sosiaalinen vastuu**

### *Henkilöstö*

Kesko Oyj on raportoinut laajasti henkilöstövastuusta. Henkilöstövastuuosuus aloitetaan kertomalla henkilöstön vaihtuvuudesta; yritykseen tulleet ja yrityksestä lähteneet työntekijät ja päättäneiden työsuhteiden syy. Myös työsuhderiidat on käsitelty tässä osiossa. Tämän jälkeen käsitellään minkälaisia etuuksia henkilökunnalle tarjotaan sekä tulospalkkiot, optio-ohjelmat sekä eläkkeelle jääneet henkilöt.

Työterveyden ja -turvallisuuden osalta on käsitelty muun muassa työsuojelutoimikuntien piiriin kuuluvien työntekijöiden osuus sekä paljonko henkilöstöllä on poissaoloja, menetettyjä työpäiviä sekä kuolemaan johtaneita tapauksia. Osiossa myös kerrotaan Keskon panostus työterveyshuoltoon. Sairaspoissaoloja vertaillaan myös eri maittain. Koulutus ja henkilöstön kehittäminen -osiossa käsitellään koulutustunteja sekä -kustannuksia työntekijää kohden sekä osaamisen kehittämistä. Muun muassa koulutusjakauma kuuluu tähän osioon. Myös käydyt kehityskeskustelut sekä suorituksen arvioinnit ovat tässä osiossa.

Monimuotoisuuden osalta käsitellään henkilöstön ikärakennetta ja palvelusvuosia. Nämä asiat on kerrottu erikseen Suomesta ja muista maista, joissa Keskolla on toimintaa. Tasa-arvoisuutta käsitellään myös esimerkiksi naisten ja miesten peruspalkkojen suhteen vertailulla sekä naisten prosenttiosuutta henkilöstöryhmittäin (ylin johto, keskijohto, esimiehet & asian tuntijat, työntekijät ja toimihenkilöt). (Henkilöstö 2014.)

### *Ihmisoikeudet & yhteiskunta*

Kesko Oyj aloittaa raportoinnin sosiaalisen vastuun ihmisoikeuksista kertomalla konsernissa tapahtuneiden syrjintätapausten lukumäärän ja sen miten syrjintätapaukset on ratkaistu. Tämän jälkeen käsitellään toimintoja ja tavarantoimittajia, jotka on arvioitu ihmisoikeuskriteerein. Myös negatiiviset ihmisoikeusvaikutukset on raportoitu tässä osiossa. (Ihmisoikeudet 2013 2014.)

Yhteiskunnan saralla Kesko raportoi korruptioon liittyvien riskianalyysien läpikäyneiden liiketoimintayksiköiden määrää, korruptiovastaisuuskoulutukseen ja korruptiotapausten ratkaisumenetelmät. Myös tasapuolisesta poliittisesta tuesta raportointi sekä kilpailuoikeudellisten säännösten rikkomiseen liittyvät oikeustoimet sekä muut seuraamukset ovat tässä osiossa. (Yhteiskunta 2014.)

### *Tuotevastuu*

Kesko raportoi tuotevastuusta muun muassa tuotteiden ja palveluiden terveys- ja turvallisuusvaikutusten arvioinnilla ja turvallisuusvaatimuksen rikkomuksilla. Myös tuotteisiin ja palveluihin liittyvän tuoteinformaation raportointi ja näiden määräysten rikkomukset kuuluvat osaksi tuotevastuuosiota. Kesko toteuttaa myös säännöllistä asiakkaille suunnattua bränditutkimusta kaikilla tavara-aloilla. Kesko on myös jatkuvasti valvella kiellettyjen ja kiistanalaisten tuotteiden myynnistä, ja raportoi tästä myös osana vastuullisuusraporttia. Kesko raportoi myös markkinointiviestintään liittyvien lakien sekä säännösten periaatteiden rikkomuksista sekä asiakkaiden yksityisyyden suojan rikkomiseen liittyvistä valituksista. Viimeisenä tuotevastuun osalla Kesko raportoi tuotteisiin ja palveluihin liittyvistä lainsäädännön rikkomisesta aiheutuneista sakoista. (Tuotevastuu 2014).

### **Ympäristövastuu**

#### *Energia & vesi*

Kesko raportoi vuositason sähkön ja lämmön (MWh) kulutuksesta, niin Suomessa kuin muissakin toimintamaissa. Myös Keskon polttoaineen kulutus on sisällytetty raporttiin. Kesko raportoi organisaation ulkopuolisesta energiankulutuksesta rajoitetusti. Kesko on myös lupautunut energiankulutuksen vähentämiseen ja tehostamiseen. Tämä on yksi osa ympäristövastuun energiaosiota. Viimeiseksi yritys raportoi CO<sub>2</sub>-päästöt maahantuomistaan autoista. (Energia 2014).

Kesko raportoi vedenkulutuksesta niin Suomessa kuin muissa toimintamaissakin. Myös vesilähteet, joihin organisaation vedenotolla on merkittävä vaikutus sekä veden kierrätys ja uudelleenkäyttö on otettu vastuullisuusraportissa huomioon. (Vesi 2014).

### *Luonnon monimuotoisuus*

Kesko raportoi vaikutuksistaan luonnon monimuotoisuuteen suojelualueilla tai monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla. Myös suojelluista ja kunnostetuista elinympäristöistä sekä uhanalaisista lajeista Keskon toiminnan vaikutuspiirissä on raportoitu.

### *Päästöt, jätevedet ja jätteet*

Kesko raportoi vastuullisuusraportissaan toiminnastaan aiheutuneet suorat ja epäsuorat kasvi-huonepäästöt GHG-protokollan mukaisesti. Kesko raportoi myös sitoutuneisuudestaan kasvi-huonekaasujen vähentämiseksi. Tästä raportoidaan arvio polttoaineen kulutuksen säästymisestä. Päästöt-osioon kuuluu myös otsonikatoa aiheuttavien aineiden päästöjen erittely, kuten typen ja rikin oksidien päästöt ilmaan. (Päästöt 2014.)

Kesko raportoi vastuullisuusraportissaan heidän toiminnastaan aiheutuvien jätevesien päästöt ja jätehuoltotilastoja seuraavanlaisesti: hyötykäyttöön menevä jäte, sähkö- ja elektroniikkalaiteromu, kaatopaikkajäte sekä vaarallinen jäte toimialoittain. Näistä on laskettu myös jätteiden yhteinen hyötykäyttöprosentti. Myös eri toimialoilta on otettu huomioon tärkeimmät kierrätysmateriaalit, kuten tölkit ja pullot, puutavara, lyijyakut, paristot ja akut sekä vaatekierrätys. Jätteet-osioon kuuluu myös merkittävistä vuodoista raportointi. (Jätevedet ja jätteet 2014.)

## 4.2 Itellan yhteiskuntavastuuraportti 2013

Itellalla ensimmäinen kunnollinen yhteiskuntavastuuraportti löytyy vuodelta 2005. Tällöin Itella toimi vielä Suomen Posti -nimellä. (Suomen Posti -konsernin YRITYSVASTUU 2005 2006.) Toisin kuin Kesko Oyj:llä, Itellasta (tai Suomen Postista) ei löydy kertaakaan mainintaa FIBS:n vastuullisuuskilpailussa. (Vastuullisuusraportointikilpailun voittajat 2014.) Itella julkaisee yhteiskuntavastuuraportin suomeksi ja englanniksi. Itellalta löytyy myös Internet-sivuilta nopeasti luettava katsaus vastuullisuudesta. (Yritysvastuuraportti 2013 2014). Itellan yhteiskuntavastuuraportti perustuu GRI-ohjeistoon, ja se vastaa GRI:n G3-ohjeiston soveltamistasoa B. Itella noudattaa myös valtio-omistajan asettamia raportointivaatimuksia. Itellan yhteiskuntavastuuraportti on yhteensä 53 sivua. (Itella yritysvastuuraportti 2013 2014).

## Sosiaalinen vastuu

### *Henkilöstö*

Henkilöstövastuusta Itella raportoi henkilöstömäärästä ja keskimääräisestä henkilöstömäärästä sekä henkilöstömäärän kehityksestä vuosittain ja maittain (Suomi, Venäjä, muut maat) ja henkilöstöstä liiketoimintaryhmittäin. Itella raportoi graafein myös henkilöstön työsuhteiden jakauman, työuran pituuden, ikärakenteen sekä naisten ja miesten määrän yhtiön johdossa (hallintoneuvosto, hallitus, johtoryhmä sekä laajennettu johtoryhmä).

Monikulttuurisuuden osalta Itella raportoi muun muassa kuinka montaa kansalaisuutta yrityksen työntekijät edustavat. Itella on myös kirjoittanut monimuotoisuussitoumuksen, joka tarkoittaa sitä, että se sitoutuu ottamaan huomioon eri monimuotoisuuden ulottuvuudet, joita ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, etninen alkuperä, seksuaalinen suuntautuminen, toimintakyky sekä uskonto.

Työturvallisuuden Itella määrittelee yhdeksi tärkeimmistä kehittämiskohteistaan. Itella raportoi tapaturmista sekä sairaspöissaoloista seuraavanlaisesti: sairaspöissaolot (%), pöissaoloon johtaneet työtapaturmat (%), tapaturmataajuus, työttömyyseläkkeet, osa-aikaiset työkyvyttömyyseläkkeet, keskimääräinen työkyvyttömyyseläkkeelle siirtymisikä, keskimääräinen eläkkeelle siirtymisikä ja eläkkeelle siirtyneet.

Itella raportoi myös työhakemusten määrästä, solmituista uusista työsuhteista sekä tarjotuista uusista vakituisista työsuhteista. Itella toteuttaa myös jokavuotista henkilöstökyselyä, jonka tavoitteena on selvittää henkilöstön työtyytyväisyys. (Itella yritysraportti 2013 28-35, 2014.)

### *Ihmisoikeudet ja yhteiskunta*

Itella raportoi merkittävien alihankkijoiden ja toimittajien siitä osuudesta, josta on tehty ihmisoikeusarviointi. Myös henkilöstön koulutus ihmisoikeuskysymyksiin kuuluu Itellan raporttiin. Syrjintätapausten lukumäärä ja tästä seuranneet toimenpiteet sekä lapsi- ja pakkotyövoiman käytön riskit ja niiden ehkäisy kuuluvat myös ihmisoikeusosiin. Yhteiskunnan puolelta Itella raportoi täysin samat asiat kuin Kesko paitsi ei korruptiotapauksia ja niistä seuranneita toimenpiteitä. (Itella yritysraportti 2013 59-60, 2014.)

### *Tuotevastuu*

Itella raportoi tuotevastuu-osiossa tuotteiden terveys- ja turvallisuusvaatimusten rikkomuksista, tuoteinformaatioon ja -merkintöihin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomuksista sekä asiakastyytyväisyyteen liittyvistä toimintakäytännöistä ja asiakastyytyväisyyskyselyiden tuloksista. Myös markkinointiviestintään liittyvien määräysten rikkomukset sekä asiakkaiden yksityisyyden suojan rikkomiseen liittyvät valitukset ovat osa Itellan vastuullisuusraporttia. (Ympäristöraportointi 2014.)

### **Ympäristövastuu**

#### *Energia ja vesi*

Itella raportoi ostetun sähkön, lämmön, polttoaineen kulutuksen sekä alihankinnasta aiheutuvien kuljetusten hiilidioksidipäästöistä vuositasolla. Myös kiinteistöjen sekä omien ajoneuvojen polttoaineen kulutus ja ajetut kilometrit on raportoitu. Omien ajoneuvojen päästöt ilmaan on raportoitu useilta eri näkökannoilta (muun muassa hiilidioksidi, typen oksidit, hiilivety sekä hiukkaset). Ostetun lämmön ja sähkön kulutus on myös raportoitu vuositasolla vuodesta 2009 alkaen. Myös uusiutuvan energian osuus kiinteistöjen energiakäytössä on raportoitu erikseen. Itella ei ole raportoinut mitään vedenkulutuksesta. (Itella yritysvastuuraportti 2013 2014.)

#### *Päästöt, jätevedet ja jätteet*

Itella raportoi välittömien ja välillisten kasvihuonekaasujen sekä muiden merkittävien kasvihuonekaasupäästöjen kokonaismäärää sekä toimista, joiden avulla pystytään vähentämään kasvihuonekaasupäästöjen määrää. Myös typpi, rikin oksidit sekä muut merkittävät päästöt ilmaan on raportoitu. Myös jätehuollon hyötykäyttöprosentti sekä kemikaali-, öljy-, ja polttoainevuotojen määrä ja suuruus on raportoitu Itellan yhteiskuntavastuuraportissa. Toimenpiteet tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutuksen vähentämiseksi on raportoitu osittain. Myös sanktioista, jotka liittyvät ympäristölainsäädännön rikkomiseen, on sisällytetty raporttiin sekä myös kuljetukseen liittyvät ympäristövaikutukset. (Itella yritysvastuuraportti 2013 57-58, 2014.)

#### **4.3 Keskon ja Itellan yhteiskuntavastuuraporttien vertailu kaaviossa**

Keskon sekä Itellan yhteiskuntaraporttien vertailu on haastavaa tuoda samaan kaavioon, koska Kesko toteuttaa GRI-raportointiaan G4-ohjeistuksen mukaisesti kun taas Itella G3-ohjeistuksen mukaisesti. Tästä syystä eri kohdat, esimerkiksi sosiaalisen vastuun tunnusluvut L1-L11 on esi-

tetty eri kohdissa molemmilla yhtiöillä. Alle olevassa kaaviossa on mukautettu molemmat raportoinnit Keskon G4-ohjeistuksen mukaisesti. Taulukossa mainitaan ensin tunnusluku ja tämän jälkeen tunnusluvun tarkoitus. Kesko- ja Itella-sarakkeiden alla on merkitty raportoitvatko yritykset kyseisestä tunnusluvusta osittain, kokonaan vai ei ollenkaan.

Seuraava taulukko ei ole täysin validi. Tunnuslukujen määritelmät saattavat erota hieman toisistaan G4- ja G3-ohjeistuksissa. Kyseiset tunnusluvut ovat taulukossa G4-ohjeistuksen mukaiset, joten Keskon osuus on täysin paikkansapitävä. Opinnäytetyön kannalta ei kuitenkaan ole täysin olennaista se, eroaako jonkin tunnusluvun määritelmä eri GRI-ohjeistusten mukaan. Tärkeintä on saada suuntaa-antavaa tietoa kahden kohdeyrityksen raportoinnista. Taulukkoa tullaan käyttämään myös haastattelun yhteydessä, jolloin pystytään helposti käymään läpi kohdat, jotka olisi hyvä mainita SSM-konsernin omassa yhteiskuntavastuuraportissa.

Opinnäytetyön rajauksen mukaisesti rajaan suuren osan pois GRI-indeksin sisällön seuraavista kohdista: strategia ja analyysi, organisaation taustakuvaus, tunnistetut olennaiset näkökohdat ja laskentaratjat, sidosryhmävuorovaikutus, raportin kuvaus sekä hallinto. Nämä on esitetty alla olevassa taulukossa numeroin 1-50.

Lähteenä taulukossa on käytetty G4-ohjeistuksen tunnuslukujen määritelmiä ja vertailtu niitä G4- ja G3-ohjeistusten mukaan. Vertailussa lähteenä on myös Global Reporting Initiativen kaavio G3- ja G4-ohjeistusten eroista (Overview of changes in standard disclosures from G3 to G4 guidelines 2013.)

Tunnusluku	Kesko Oyj	Itella
<b><i>Strategia ja analyysi</i></b>		
<b>1</b> Toimitusjohtajan katsaus	Raportoitu	Raportoitu
<b>2</b> Keskeiset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet	Raportoitu	Raportoitu
<b><i>Organisaation taustakuvaus</i></b>		
<b>3.</b> Raportoivan organisaation nimi	Raportoitu	Raportoitu
<b>4</b> Tärkeimmät tavaramerkit/brändit sekä tuotteet ja palvelut	Raportoitu	Raportoitu
<b>5</b> Organisaation pääkonttorin sijainti	Raportoitu	Raportoitu
<b>7</b> Organisaation omistusrakenne ja yhtiömuoto	Raportoitu	Raportoitu
<b>8</b> Markkina-alueet	Raportoitu	Raportoitu
<b>9</b> Raportoivan organisaation koko	Raportoitu	Raportoitu
<b>12</b> Organisaation toimitusketju	Raportoitu	Ei raportoitu (Ei kuulu G3-ohjeistukseen)
<b><i>Sidosryhmävuorovaikutus</i></b>		

<b>24</b> Luettelo organisaation sidosryhmistä	Raportoitu	Raportoitu
<b>26</b> Sidosryhmätoiminnan periaatteet	Raportoitu	Raportoitu
<b>27</b> Sidosryhmien esille nostamat tärkeimmät asiat ja huolenaiheet	Raportoitu	Raportoitu
<b>Raportin kuvaus</b>		
<b>28</b> Raportointijakso	Raportoitu	Raportoitu
<b>31</b> Yhteystiedot, josta voi tilata raportin ja kysyä siihen liittyviä lisätietoja	Raportoitu	Raportoitu
<b>Hallinto</b>		
<b>35</b> Vastuunjako	Raportoitu	Ei raportoitu (Ei kuulu G3-ohjeistukseen)
<b>36</b> Vastuuhenkilöt	Raportoitu	Ei raportoitu (Ei kuulu G3-ohjeistukseen)
<b>Sosiaalinen vastuu</b>		
<b>Henkilöstö ja työolosuhteet</b>		
<b>LA1</b> Uuden palkatun henkilöstön kokonaismäärä ja osuus sekä henkilöstön vaihtuvuus jaoteltuna ikäryhmittäin, sukupuolen mukaan ja alueittain	Raportoitu osittain	Raportoitu osittain
<b>LA2</b> Kokoaikaisen henkilöstön henkilöstöetuedut, joita ei tarjota määräaikaiselle tai osa-aikaiselle henkilöstölle merkittävässä toimipaikoissa	Raportoitu osittain	Ei raportoitu
<b>LA4</b> Uudelleenjärjestelytilanteissa noudatettava vähimmäisilmoitusaika ja sen sisältyminen kollektiivisiin työehtosopimuksiin	Raportoitu osittain	Raportoitu
<b>LA5</b> Osuus kokonaistyövoimasta, joka on edustettuna virallisissa henkilöstön ja johdon yhteisissä työterveyttä ja -turvallisuutta valvovissa ja neuvoa-antavissa toimikunnissa	Raportoitu osittain	Raportoitu
<b>LA6</b> Tapaturmatyypit, tapaturmataajuus, ammattitautitaajuus, menetetyt työpäivät, poissaolot ja työhön liittyvät kuolemantapaukset jaoteltuina alueittain ja sukupuolen mukaan	Raportoitu osittain	Raportoitu osittain
<b>LA9</b> Keskimääräiset koulutustunnit vuodessa henkilöä kohden jaoteltuna sukupuolen mukaan ja henkilöstöryhmittäin	Raportoitu osittain	Ei raportoitu
<b>LA10</b> Osaamisen kehittämiseen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat, jotka tukevat henki-	Raportoitu	Ei raportoitu

löstön jatkuvaa työllisyyttä ja antavat tukea työsuhteen päättymistilanteissa		
<b>LA11</b> Säännöllisten suoritusarviointien ja kehityskeskustelujen piirissä olevan henkilöstön osuus	Raportoitu osittain	Ei raportoitu
<b>LA12</b> Organisaation hallintoelinten kokoonpano ja henkilöstön jakauma henkilöstöryhmittäin jaoteltuna sukupuolen, ikäryhmän, vähemmistöryhmän ja muiden monimuotoisuuteen liittyvien tekijöiden mukaisesti	Raportoitu osittain	Raportoitu
<b>LA13</b> Naisten ja miesten peruspalkkojen ja palkitsemisen suhde henkilöstöryhmittäin merkittämissä toimipaikoissa	Raportoitu osittain	Raportoitu osittain
<b>LA14</b> Prosenttiosuus uusista toimittajista, jotka on arvioitu työoloihin liittyvien kriteerien mukaisesti	Raportoitu osittain	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)
<b>LA15</b> Merkittävät nykyiset ja mahdolliset negatiiviset työoloihin liittyvät vaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	Raportoitu	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)
<b>LA16</b> Työoloihin liittyvän valitusmekanismin kautta rekisteröityjen, käsiteltyjen ja ratkaistujen epäkohtien lukumäärä	Ei raportoitu	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)
<b>Ihmisoikeudet</b>		
<b>HR2</b> Merkittävien alihankkijoiden ja toimittajien osuus, joista tehty ihmisoikeusarviointi sekä tästä seuranneet toimenpiteet	Ei raportoitu (vaiha HR2-kohdalle G4-ohjeistuksen teksti)	Raportoitu osittain
<b>HR3</b> Syrjintätapausten lukumäärä ja niihin liittyvät korjaavat toimenpiteet	Raportoitu	Raportoitu
<b>HR4</b> Toiminnot ja toimittajat, joiden osalta yhdistymisen vapautta ja oikeutta kollektiivisesti neuvoteltuihin työehtosopimuksiin on rikottu tai sen on tunnistettu olevan vaarassa olla toteutumatta, ja näiden oikeuksien tukemiseksi toteutetut toimenpiteet	Raportoitu	Ei raportoitu
<b>HR5</b> Merkittävät lapsityövoiman käytön riskit ja tämän estämiseksi toteutetut toimenpiteet	Ei raportoitu	Raportoitu
<b>HR6</b> Merkittävät pakko- ja rangaistustyövoiman käytön riskit ja tämän estämiseksi toteutetut toimenpiteet	Ei raportoitu	Raportoitu
<b>HR9</b> Lukumäärä ja prosenttiosuus toiminnoista, joissa on toteutettu ihmisoikeuksien läpikäynti tai vaikutusarviointi	Raportoitu osittain	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)
<b>HR10</b> Prosenttiosuus uusista toimittajista, jotka on arvioitu ihmisoikeuksiin liittyvien kriteerien mukaisesti	Raportoitu osittain	Raportoitu osittain
<b>HR11</b> Merkittävät nykyiset ja mahdolliset negatiiviset	Raportoitu	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)



ihmisoikeuksiin liittyvät vaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet		
<b>HR12</b> Ihmisoikeuksiin liittyvän valitusmekanismin kautta rekisteröityjen, käsiteltyjen ja ratkaistujen epäkohtien lukumäärä	Ei raportoitu	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)
<b>Yhteiskunta</b>		
<b>SO3</b> Lahjontaan liittyvän riskiarvion läpikäyneiden liiketoimintayksiköiden lukumäärä ja prosenttiosuus sekä tunnistetut merkittävät riskit	Raportoitu osittain	Ei raportoitu
<b>SO4</b> Korruptionvastaisiin politiikkoihin ja menettelytapoihin liittyvä kommunikointi ja koulutus	Raportoitu osittain	Raportoitu
<b>SO5</b> Vahvistetut lahjontatapaukset ja niihin liittyvät toimenpiteet	Raportoitu	Raportoitu
<b>SO6</b> Poliittisten tukien kokonaisarvo jaoteltuna maittain ja edunsaajittain	Raportoitu	Raportoitu
<b>SO7</b> Kilpailuoikeudellisten säännösten rikkomiseen, kartelleihin ja määräävän markkina-aseman väärinkäyttöön liittyvien oikeustoimien lukumäärä ja oikeuden päätökset	Raportoitu	Raportoitu
<b>SO8</b> Merkittävien lainsäädännön ja säännösten rikkomiseen liittyvien sakkojen rahamääräinen arvo määrä sekä ei-rahallisten sanktioiden lukumäärä	Raportoitu	Raportoitu
<b>SO11</b> Yhteiskunnallisiin vaikutuksiin liittyvän valitusmekanismin kautta rekisteröityjen, käsiteltyjen ja ratkaistujen epäkohtien lukumäärä	Ei raportoitu	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)
<b>Tuotevastuu</b>		
<b>PR1</b> Prosenttiosuus merkittävistä tuotteista ja palveluista, joiden terveys- ja turvallisuusvaikutusten parantaminen on arvioitu	Raportoitu osittain	Ei raportoitu
<b>PR2</b> Tuotteiden elinkaarenaikaisiin terveys- ja turvallisuusvaikutuksiin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna lopputulosten mukaan	Raportoitu	Raportoitu
<b>PR3</b> Organisaation tuotteiden ja palvelujen pakollisen tuoteinformaation ja -merkintöjen tyypit sekä prosenttiosuus tärkeimmistä tuotteista ja palveluista, joita nämä vaatimukset koskevat	Raportoitu osittain	Ei raportoitu
<b>PR4</b> Tuote- ja palveluinformaatioon ja -merkintöihin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna lopputulosten mukaan	Raportoitu	Raportoitu
<b>PR5</b> Asiakastytytyväisyyystutkimusten tulokset	Raportoitu osittain	Raportoitu
<b>PR6</b> Kiellettyjen tai kiistanalaisien tuotteiden myynti	Raportoitu	Ei raportoitu

<b>PR7</b> Markkinointiviestintään, mainontaan ja sponsorointiin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisien periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna lopputulosten mukaan	Raportoitu	Raportoitu
<b>PR8</b> Asiakkaiden yksityisyyden suojan rikkomiseen ja asiakastietojen häviämiseen liittyvien vahvistettujen valitusten lukumäärä	Raportoitu	Raportoitu osittain
<b>PR9</b> Tuotteiden ja palveluiden käyttöön liittyvän lainsäädännön ja säännösten rikkomisesta aiheutuneiden merkittävien sakkojen rahamääräinen arvo	Raportoitu	Raportoitu
<b>Ympäristövastuu</b>		
<b>Energia</b>		
<b>EN3</b> Organisaation oma energian kulutus	Raportoitu	Raportoitu
<b>EN4</b> Organisaation ulkopuolinen energiankulutus	Raportoitu osittain	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)
<b>EN5</b> Energiaintensiteetti	Raportoitu	Ei raportoitu (Ei sisälly G3-ohjeistukseen)
<b>EN6</b> Energiankulutuksen vähentäminen	Raportoitu	Raportoitu
<b>EN7</b> Vähennykset tuotteiden ja palveluiden energiatarpeessa	Raportoitu osittain	Raportoitu osittain
<b>Vesi</b>		
<b>EN8</b> Kokonaisvedenotto vesilähteittäin	Raportoitu	Ei raportoitu
<b>EN9</b> Vesilähteet, joihin organisaation vedenotolla on merkittävä vaikutus	Raportoitu	Ei raportoitu
<b>EN10</b> Kierrätetyn ja uudelleen käytetyn veden osuus ja kokonaismäärä	Raportoitu	Ei raportoitu
<b>Luonnon monimuotoisuus</b>		
<b>EN11</b> Omistettut, vuokratut tai hallinnoidut toimipaikat, jotka sijaitsevat luonnonsuojelualueilla tai luonnon monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla tai niiden läheisyydessä	Raportoitu	Ei raportoitu
<b>EN12</b> Organisaation toiminnan, tuotteiden ja palvelujen vaikutus luonnon monimuotoisuuteen luonnonsuojelualueilla tai luonnon monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla	Raportoitu osittain	Ei raportoitu
<b>EN13</b> Suojellut ja kunnostetut elinympäristöt	Raportoitu	Ei raportoitu
<b>EN14</b> IUCN:n uhanalaisten lajien listalla tai kansallisilla suojeltavien lajien listoilla olevien lajien määrä organisaation vaikutuspiirissä olevilla alueilla jaoteltuna sukupuuttoonkuolemisriskin mukaan	Raportoitu	Ei raportoitu
<b>Päästöt</b>		

<b>EN15</b> Suorat kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 1)	Raportoitu	Raportoitu
<b>EN16</b> Epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 2)	Raportoitu	Raportoitu
<b>EN17</b> Muut epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 3)	Raportoitu	Raportoitu
<b>EN18</b> Kasvihuonekaasujen päästöintensiteetti	Raportoitu	Ei raportoitu (Ei kuulu G3-ohjeistukseen)
<b>EN19</b> Kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen	Raportoitu osittain	Raportoitu osittain
<b>EN20</b> Otsonikatoa aiheuttavien aineiden päästöt	Raportoitu osittain	Ei raportoitu
<b>EN21</b> Typenoksidien ja rikkioksidien päästöt sekä muut merkittävät päästöt ilmaan	Raportoitu	Raportoitu
<b>Jätevedet ja jätteet</b>		
<b>EN22</b> Päästöt vesistöön jaoteltuna päästölajeittain ja kohteen mukaan	Raportoitu	Ei raportoitu
<b>EN23</b> Jätteiden kokonaismäärä jaoteltuna jätelajeittain ja käsittelytavan mukaisesti	Raportoitu	Raportoitu osittain
<b>EN24</b> Merkittävien vuotojen määrä ja suuruus	Raportoitu	Raportoitu
<b>Tuotteet ja palvelut</b>		
<b>EN27</b> Tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutusten vähentämistoimenpiteiden laajuus	Ei raportoitu	Raportoitu osittain
<b>EN28</b> Kierrätettyjen tuotteiden ja pakkausmateriaalien suhteellinen osuus myydyistä tuotteista tuoteryhmittäin	Ei raportoitu	Ei raportoitu
<b>EN29</b> Merkittävien ympäristölainsäädännön ja -säännösten rikkomiseen liittyvät sakot ja sanktiot	Ei raportoitu	Raportoitu
<b>EN30</b> Merkittävät kuljetuksiin liittyvät ympäristövaikutukset	Ei raportoitu	Raportoitu
<b>Toimittajien ympäristöarvioinnit</b>		
<b>EN32</b> Prosenttiosuus uusista toimittajista, jotka on arvioitu ympäristökriteerien mukaisesti	Ei raportoitu	Ei raportoitu

Taulukko 2 Keskon ja Itellan yhteiskuntavastuuraporttien vertailu taulukossa

## 5 Teemahaastattelut

Teemahaastatteluja toteutettiin neljä kappaletta. Kaksi niistä tehtiin kehityspäällikölle, yksi palkanlaskijalle ja yksi varastopäällikölle. Kehityspäälliköltä oli tarkoitus saada tietoa siitä millainen raportin olisi hyvä olla sisällöltään sekä ulkomuodoltaan. Seuraavat kysymykset esitettiin kehityspäällikölle.

1. Minkälainen vastuullisuusraportti tukee parhaiten SSM-ketjun tarpeita?
2. Millaisia syitä yhteiskuntavastuuraportointiin löytyy?
3. Tullaanko noudattamaan GRI:n mukaisia ohjeita?
4. Mitä asioita tulisi sisällyttää raporttiin?

5. Onko konsernilla resursseja jatkuvaan raportointiin?
6. Tuleeko yhteiskuntavastuuraportti vastaamaan sidosryhmien tarpeisiin?
7. Mikä olisi raportin paras julkaisumuoto?
8. Millä tavalla Helsingin Jakelu-Expert toteuttaa laadunvalvontaa?
9. Millä tavoin Helsingin Jakelu-Expert kouluttaa henkilöstöään, esimerkiksi mainosten jakajia?

Kehityspäällikön mukaan SSM-ketjun tarpeita palvelee lähinnä lyhyt ja tiivis vastuullisuusraportti, jossa olisi sisälletty erilaisia mittareita kuten CO<sub>2</sub>-mittari. Oikea julkaisukanava raportille tulisi olemaan Internet-sivut. Painettu erillisjulkaisu on vanhanaikainen, eikä se palvele SSM-ketjun tavoitteita. Vastuullisuusraportin julkaiseminen luo uskottavuutta ja luotettavuutta yritystä kohtaan.

Koko SSM-ketjulla on tapahtumassa yrityskuvamuutos, jonka tavoitteena on yhteneistää koko konserni SSM-brändin alle. Niin sanotun yhden identiteetin yrityksellä viestintä tulee helpotumaan niin sisäisesti kuin ulkoisestikin. Raportointi tulisi myös yhtenäistämään niin yritystä kuin henkilöstöä. Raportti tulee vastaamaan sidosryhmien tarpeisiin. Eri asiakkaat vaativat vastuullisuudesta raportointia nykypäivänä. Esimerkiksi paloharjoitus tulee suorittaa vähintään kerran vuodessa. Kehityspäällikön mukaan SSM-ketju alkaa vaatia tulevaisuudessa omilta alihankkijoiltaan tietynlaista vastuullisuudesta kertomista, koska osa SSM-ketjun sidosryhmistä vaatii sitä yritykseltä jo nyt.

Raportissa olisi hyvä olla seuranta esimerkiksi kuljetuksen kilometreistä sekä hiilijalanjäljestä. Sosiaalisen vastuun puolella voisi kertoa mainosten jakajien ikäjakaumasta, sekä yrityksen mahdollisuudesta tarjota työtä nuorille sekä vanhoille ihmisille. Yrityksellä löytyy resursseja vuotuisen raportointiin.

Yrityksen palkanlaskijalta haluttiin saada tietoa henkilöstöön sekä kuljetuksen kilometreihin liittyvää tietoa. Esimerkiksi tietoa vuonna 2013 aloittaneista ja lopettaneista työntekijöistä sekä kuljetuksen ajamat kilometrimäärät saatiin palkanlaskijalta. Liitteessä 3 on palkanlaskijalle osoitetut kysymykset. Varastopäällikölle osoitetun teemahaastattelun tavoite oli saada ympäristövastuuseen liittyviä tietoja. Esimerkiksi paperin kierrätyksen kehitys, muovin ja kartoningin kierrätysmäärät saatiin varastopäälliköltä. Liitteessä 4 on varastopäällikölle esitetyt kysymykset. Edellä mainitut asiat on raportoitu kohdissa 6.2 sosiaalinen vastuu ja 6.3 ympäristö vastuu.

## 6 Tulokset

Seuraavissa kappaleissa käydään läpi opinnäytetyön tuloksia tarkemmin. Ympäristövastuun sekä sosiaalisen vastuun osalta on raportoitu pääkohdat Helsingin Jakelu-Expert Oy:n näkökulmasta, ja nämä olisi hyvä sisällyttää myös SSM-ketjun tulevaan vastuullisuusraporttiin. Lopuksi käydään läpi opinnäytetyön yhteenveto ja tuloksien johtopäätökset.

### 6.1 SSM-ketjun yhteiskuntavastuuraportin sisältö

Opinnäytetyön tekijä rakensi yhteiskuntavastuumallipohjan yhdessä SSM-ketjun kehityspäällikön kanssa. Yhteiskuntavastuumallipohja rakentuu kahdesta osasta, jotka ovat ympäristövastuu sekä sosiaalinen vastuu. Opinnäytetyön rajauksen mukaan taloudellinen vastuu on jätetty pois. Myöskään organisaation taustatietoja ei koettu tarpeelliseksi sisällyttää tähän raporttiin. Benchmarkauksen sekä kehityspäällikön keskustelujen jälkeen saatiin aikaiseksi seuraavat raportointikohdat, jotka on esitetty seuraavassa kappaleessa. Myös henkilö, jolta mahdollisen tiedon tulee saamaan sekä syy, miksi raportoitava kohta olisi hyvä sisällyttää raporttiin, on esitetty seuraavassa kappaleessa.

### SSM-ketjun yhteiskuntavastuuraportin runko

#### Ympäristövastuu

##### Energia

- Organisaation oma energian kulutus
  - o Lähde: johdon assistentti, varastopäällikkö
  - o Syy: Erittäin tärkeä osa yritysten yhteiskuntavastuuta. On hyvä tietää, paljonko yritys kuluttaa energiaa vuositasolla
- Energiankulutuksen vähentäminen
  - o Lähde: varastopäällikkö, kehityspäällikkö
  - o Syy: Oman energiakulutuksen vähentäminen on tärkeä osa yhteiskuntavastuuta

##### Päästöt

- Suorat kasvihuonekaasujen päästöt
  - o Lähde: varastopäällikkö
  - o Syy: Esimerkiksi hiilidioksidipäästöt yrityksen kuljetuksessa on tärkeä huomioida raportissa.
- Kasvihuonepäästöjen vähentäminen
  - o Lähde: varastopäällikkö, kehityspäällikkö

- Syy: Esimerkiksi kuljetuksen kilometrimäärien seuranta auttaa yritystä kehittämään kasvihuonepäästöjen vähentämistä

#### Tuotteet ja palvelut

- Merkittävät kuljetuksiin liittyvät ympäristövaikutukset
  - Lähde: varastopäällikkö, kuljetuspäällikkö

#### Sosiaalinen vastuu

##### Henkilöstö ja työolosuhteet

- Henkilöstön määrä ja jakautuminen työsuhteen (osa-/kokoaikainen) ja työsopimuksen (vakituinen/määräaikainen) mukaan sekä alueittain
  - Lähde: taloushallintopuoli, palkanlaskija
  - Syy: Henkilöstön määrästä tiedottaminen on tärkeä osa vastuullisuusraporttia.
- Koulutus ja osaamisen kehittäminen
  - Lähde: kehityspäällikkö
  - Syy: Erilaiset henkilöstön koulutustapahtumat ovat tärkeä osa osaamisen kehittämistä. Haasteena onkin mainosten jakajien koulutus.

##### Tuotevastuu

- Asiakastyytyväisyystutkimusten tulokset
  - Lähde: avainasiakaspäällikkö, myyntipäällikkö, kehityspäällikkö
  - Syy: tärkeä osa laadukkaan palvelun kehittämisen kannalta
- Henkilöstötyytyväisyyskysely
  - Lähde: kehityspäällikkö
  - Syy: tärkeä osa laadukkaan palvelun kehittämisen kannalta

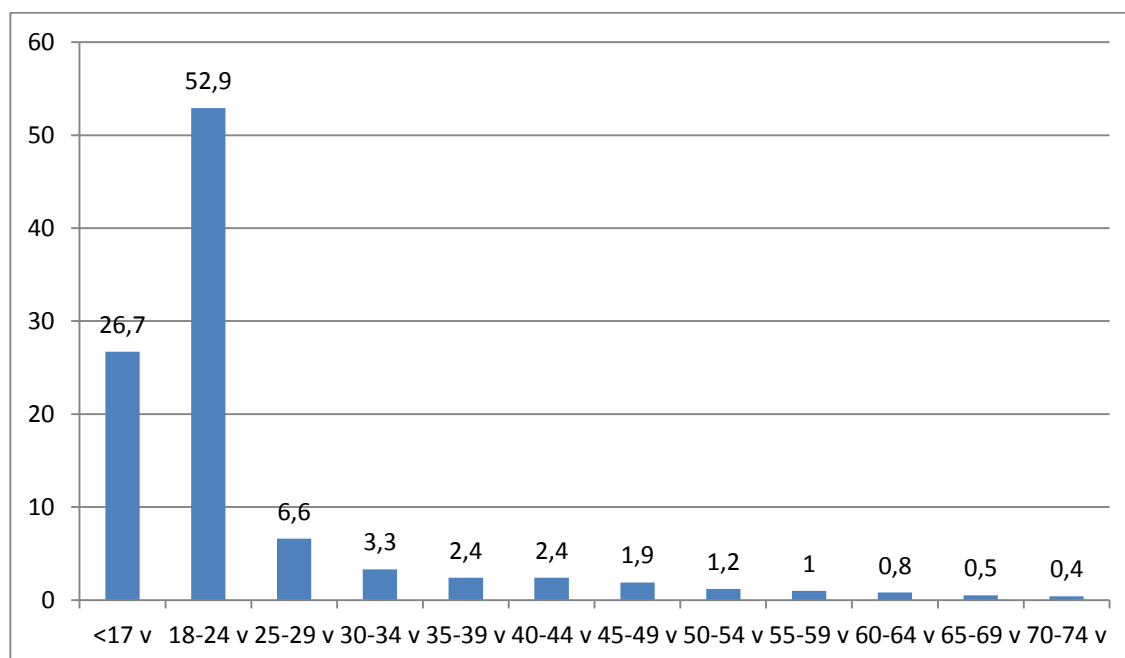
Jokainen edellä mainittu raportointikohta SSM-ketjulle löytyy sekä Itellan että Keskon yhteiskuntavastuuraportista (ainakin osittain raportoituna). Valintakriteeriksi tämän ohella oli myös keskustelu kehityspäällikön kanssa jokaisesta kohdasta erikseen. Seuraavissa kappaleissa on esitetty Helsingin Jakelu-Expert Oy:n sosiaalinen vastuu sekä ympäristövastuu.

## 6.2 Sosiaalinen vastuu

Helsingin Jakelu-Expert työllisti vuonna 2013 yhteensä 16 toimistotyöntekijää, 58 kuljettajaa sekä mainosten lajittelijaa. Kuukausitasolla kuljettajina sekä varastotyöntekijöinä työskenteli Helsingin Jakelu-Experteille 40 ihmistä. Mainosten jakajina työskenteli Helsingin Jakelu-Experteille yhteensä 2046 henkilöä vuonna 2013. Kuukausitasolla jakajina oli työskentelemässä noin 1000. Jakelutöissä vaihtuvuus oli erittäin suurta. Vuonna 2013 Helsingin Jakelu-Expert

Oy:ssä aloitta uusia mainosten jakajia 1192 henkilöä. Vuonna 2013 aloittaneen jakajan keskimääräinen työsuhteen pituus oli noin 4,4 kuukautta. Mainostenjakajan työsuhteen pituus tulisi olla pidempi ja työkuvan kirkastamiseksi ja työhön perehdyttämisen syventämiseksi yritys pyrkii löytämään uusia tapoja.

Helsingin Jakelu-Expert Oy on monelle nuorelle ensimmäinen työpaikka. Yritys tarjoaa monelle nuorelle mahdollisuuden kartoittaa työkokemusta kodin lähellä osa-aikaisesti esimerkiksi opiskelun ohella. Jakelutyö opettaa itsenäisyyttä, edellyttää sitoutumista ja kykyä pitää sovi-  
tuista asioista kiinni. Helsingin Jakelu-Expert tiedostaa oman vastuunsa tässä asiassa, sillä on tärkeää, että ensimmäinen kontakti työelämään on positiivinen ja yritys haluaakin jäädä mieleen reiluna työnantajana, joka tarjoaa hyvät eväät myöhempisiin elämän vaiheisiin. Nuorten ohella, Helsingin Jakelu-Expert kannustaa myös eläkeläisiä liittymään mukaan jakelutyöhön. Eläkeläisiä on yrityksen palveluksessa toistaiseksi vähän, mutta tulevaisuudessa eläkeläisten määrä tulee todennäköisesti kasvamaan Helsingin Jakelu-Expertien palveluksessa ottaen huomioon sen, että suuri keski-ikäisten joukko on jäämässä eläkkeelle lähivuosina. Helsingin Jakelu-Expert tarjoaa töitä monelle maahanmuuttajalle sekä vaihto-oppilaalle. Näiden ihmisten kosketus suomalaiseen kulttuuriin sekä suomen kieleen voi kehittyä hyvin työn ohella. Maahanmuuttajien osuus jakajakunnasta on merkittävä ja yhtiö arvostaakin asemaansa monikulttuurisuuden edistäjänä. Kuviossa 5 on esitetty SSM-ketjun kaikkien jakeluyhtiöiden ikä-  
kauma prosentteina vuodelta 2011.



Kuvio 5 Mainosten jakajien ikärakanne (2011)

Helsingin Jakelu-Expert Oy noudattaa lakia nuorista työntekijöistä (998/1993), joka koskee kaikkia alle 18-vuotiaita työntekijöitä. Lain tarkoitus on taata nuorelle tasapainoinen kehitys

sekä turvata koulunkäynnin mahdollisuus. Alaikäraja Helsingin Jakelu-Expert Oy:lle työskenteleystä on 13 vuotta (kyseessä olevana vuonna tulee täyttää 14 vuotta), jolloin nuori voi tehdä maksimissaan 12 tuntia töitä viikossa.

Vuonna 2014 heinäkuussa SSM-ketju julkaisi mainosjakajien perehdytysohjelman. Ohjelman tarkoituksena on antaa uusille jakajille kattava perehdytys työhön ja syventää jo palveluksessa olevien jakajien alan tuntemusta ja työnsä merkitystä. Tämä on erityisen tärkeää, koska aluepäälliköt eivät tule koskaan tapaamaan kasvatusten kaikkia yhtiön palveluksessa olevia jakajia. Perehdytysohjelman voi tehdä Internetissä ja aikaa sen tekemiseen menee noin 20-30 minuuttia. Perehdytysohjelma sai paljon kiitosta mainosten jakajilta. Myös aiemmin käytössä ollut jakajan työnohjeistusvihko on kehitetty yhä toimivammaksi ja päivitetty kehittyvän ympäristömme mukaiseksi.

Niin kuin kaikki SSM-ketjuun kuuluvat jakeluyritykset, myös Helsingin Jakelu-Expert Oy toteuttaa aktiivista laadunvalvontaa. Yrityksellä on koko pääkaupunkiseudun sekä Kirkkonummien kattava jakelunvalvontaohjelma, jolla seurataan jakelun laatua. Jakelupaneeliin voi jokainen asukas liittyä halutessaan, ja näin auttaa Helsingin Jakelu-Expert Oy:ta saamaan erittäin tärkeää tietoa jakelun onnistumisesta. Mikäli asukas ei ole saanut ilmaisjakelumainoksia ja -lehtiä, hän voi merkitä paneeliin tyytymättömyytensä. Tieto tulee reaaliaikaisesti Jakelu Expertien ohjelmistoon, ja kyseisestä alueesta vastaava henkilö ottaa yhteyttä jakajaan. Näin Helsingin Jakelu-Expert Oy pystyy ylläpitämään korkean laatutason ja edesauttamaan asiakkaitaan menestykseen.

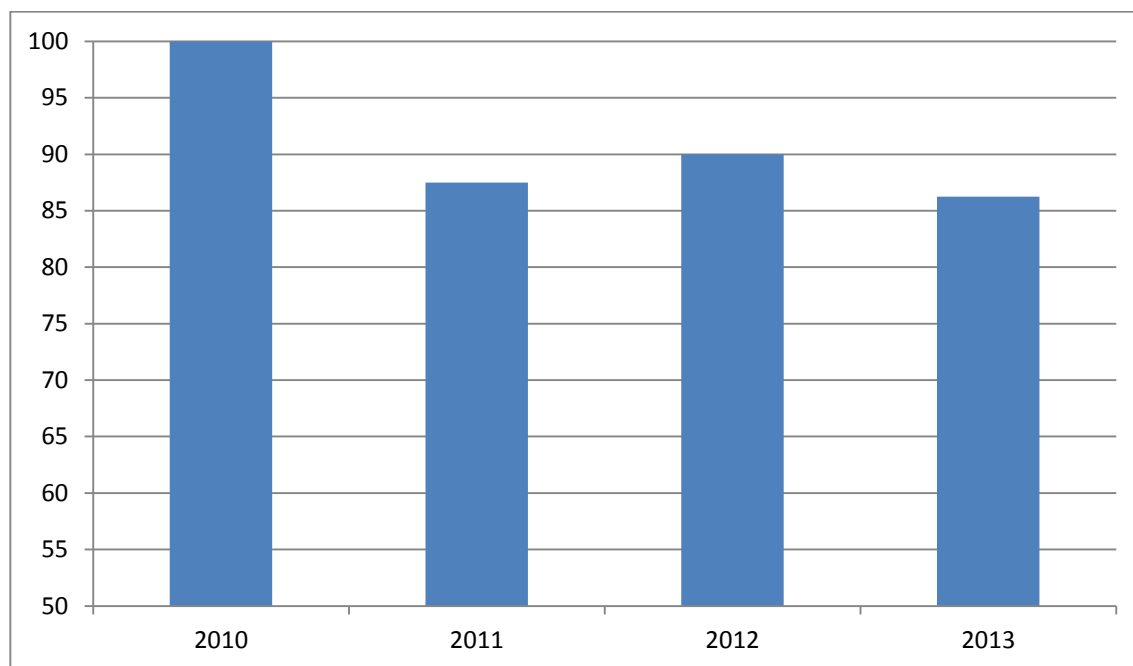
### 6.3 Ympäristövastuu

Ympäristön vastuullinen kuluttaminen on tärkeää Helsingin Jakelu-Expert Oy:lle. Yrityksen yksi tavoitteista on kierrättää kaikki kierrätettäväksi soveltuva materiaali. Pääosa yhtiön kierrättämästä materiaalista on sanomalehti- tai sekapaperia. Helsingin Jakelu-Expertien varaston läpi kulkee vuosittain noin miljardi jakotuotetta. Osa paperista jatkaa matkaansa Helsingin Jakelu-Expertien varaston läpi muihin jakeluyrityksiin ympäri Suomea, ja osa jatkaa matkaansa jakajan kautta kotitalouksille. Helsingin Jakelu-Expert pyrkii vähentämään paperihukkaa optimoimalla jakelupiirien kappalemäärät. Yhtiö päivittää talousmääriä viikottain, huomioiden uudet asunnot, ovien lukitukset, saadut avaimet ja ilmestyneet tai poistuneet mainoskiellot. Tämä on taloudellista paitsi asiakkaillemme myös ympäristölle.

Edellä mainituista toimenpiteistä johtuen, paperin kierrätys on ollut laskusuhdanteinen vuodesta 2010 lähtien. Vuodesta 2011 vuoteen 2013 paperin kierrätyksen määrä on vähentynyt

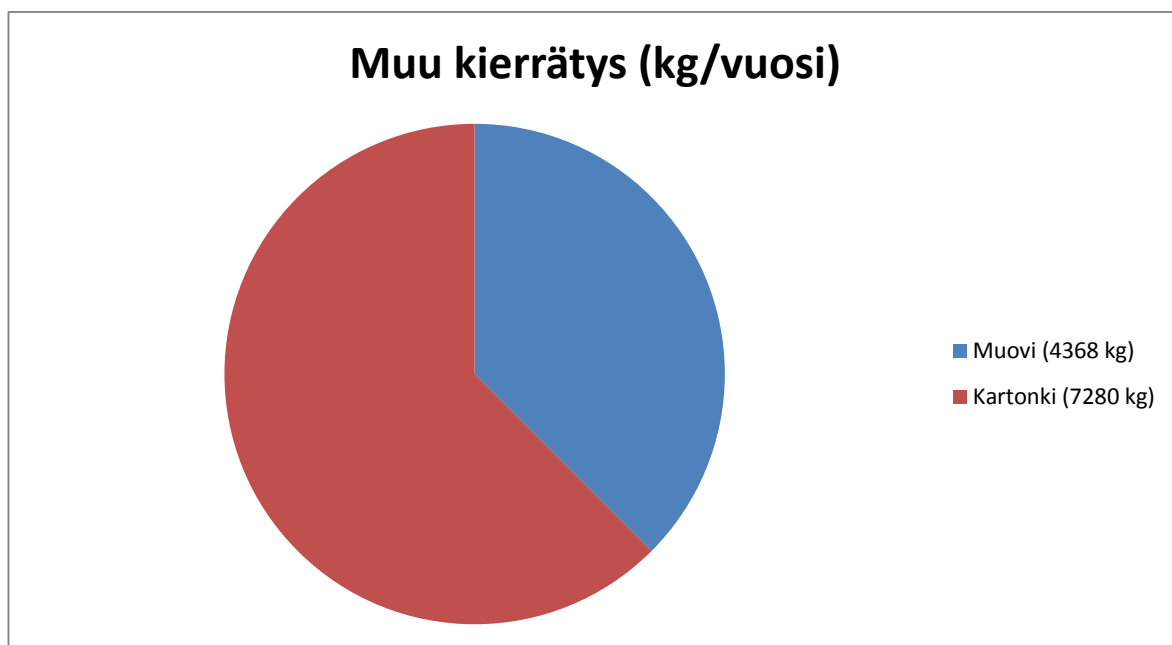


lähes 14 prosenttia. Paperin kierrätyksen määrästä noin 63 % on sekapaperia ja loput sanomalehtipaperia. Kuviossa 6 on esitetty paperin kierrätyksen määrän muutos prosentteina vuodesta 2010 lähtien.



Kuvio 6 Paperin kierrätyksen määrän muutos

Muovi- ja kartonkijätettä syntyy lähinnä mainos- ja lehtilavojen pakkauksesta. Muovia kierrätetään vuosittain noin 4368 kiloa ja kartonkia noin 7280 kiloa. Muovin ja kartongin kierrätyksen määrä ei ole suoraan verrannollinen vuotuisen jakelutuotemäärään. Kuviossa 7 on esitetty muovin ja kartongin kierrätyksen määrät vuodelta 2013 Helsingin Jakelu-Expert Oy:ssä. (Haastattelu 25.11.2014)



Kuvio 7 Helsingin Jakelu-Expert Oy:n muun materiaalin kierrätys

Helsingin Jakelu-Expert Oy seuraa autojensa polttoaineen kulutusta tarkasti. Polttoainekulutusta pyritään vähentämään optimoimalla kuljettajien ajolenkkien pituudet mahdollisimman lyhyiksi. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että mainosten jakajien osoitteet, joihin kuljettaja vie jaettavat tuotteet, laitetaan järjestykseen, jolloin matkasta tulee mahdollisimman lyhyt. Helsingin Jakelu-Expert painottaa myös jokaista työntekijää huolellisuuteen. Kuljetuksen puolella pienet virheet kuluttavat erityisen paljon resursseja, niin ympäristö- kuin taloudellisella puolella. Esimerkiksi muutaman jakotuotteen vieminen erikseen 20 kilometrin päähän ei ole taloudellisesti kannattavaa. Tulevaisuudessa koko konsernin tavoitteena on pystyä tarjoamaan jokaiselle autolliselle työntekijälle mahdollisuus jakoreittien optimoimiseen. Tällä hetkellä tähän ei löydy tarvittavia resursseja, mutta jatkuvan kehitystyön sekä uusien järjestelmien myötä tämä tulee tulevaisuudessa olemaan mahdollista. Tällä hetkellä jokaisen autollisen työntekijän on itse optimoitava oma ajoreittinsä ja tästä syystä liikakilometrejä syntyy väistämättä, varsinkin ensikertalaisilla. Uusien järjestelmien myötä on koko konsernilla mahdollisuus alkaa tarjoamaan asiakkailleen ammattimaisempaa palvelua sekä mahdollisesti kehittyneempiä tuotteita, kuten osoitteellista jakelua tai listajakelua. (Haastattelu 6.11.2014).

Sähkön kulutus oli vuonna 2013 noin 284 000 kWh. Tähän lukuun sisältyy myös Suomen Suoramainonnan toimiston sekä Janton Oy:n toimiston sähkönkulutus. Käytännössä sähkönkulutuksen määrä vastaa yhden tietokoneen kuluttamaa sähkön määrää 324 vuodessa, mikäli se olisi jatkuvassa käytössä. Taulukossa 3 on esitetty Helsingin Jakelu-Expert Oy:n muovin, kartongin sekä sähkön kulutus taulukossa.

Tuote	Viikkokulutus	Vuosikulutus
<b>Muovi</b>	84 kg	4368 kg
<b>Kartonki</b>	140 kg	7280 kg
<b>Sähkön kulutus</b>		284 000 kWh (HJEX, SSM, Janton)

Taulukko 3 Helsingin Jakelu-Expert Oy:n materiaalin kierrätys kaavio (Haastattelu 25.11.2014)

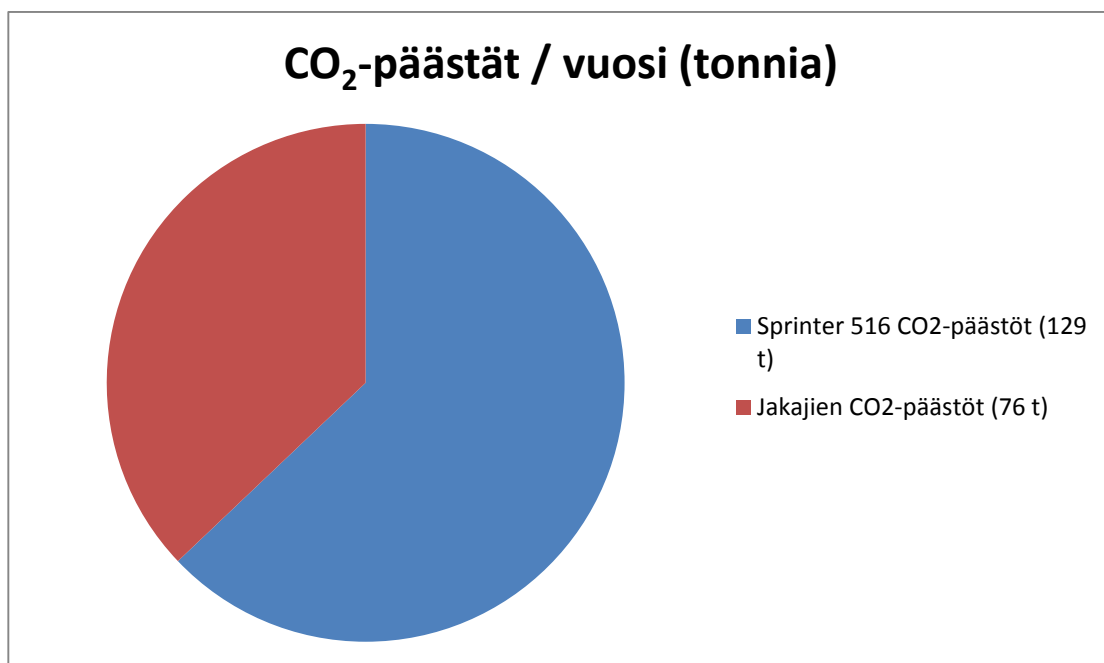
Vuonna 2013 Helsingin Jakelu-Expertien kokonais CO<sub>2</sub>-päästöt olivat reilu 205 000 kg. Tähän lukuun ei sisälly alihankinnasta tulleet CO<sub>2</sub>-päästöt. Taulukoissa 4 ja 5 sekä kuviossa 8 on luokiteltu Helsingin Jakelu-Expert Oy:n kuljetuksen aiheuttamat sekä mainosten jakajien aiheuttamat CO<sub>2</sub>-päästöt erikseen. Kuljetuksen päästöt olivat reilu 129 tonnia ja jakajista johtuneet päästöt olivat noin 76 tonnia. Koska jokainen mainostenjakaja työskentelee omalla autolla, on täysin mahdotonta saada täysin tarkkaa CO<sub>2</sub>-päästöarvoa. Mainosten jakajien autojen CO<sub>2</sub>-päästöarvona käytettiin 120 g/km kohden, minkä on oletettu olevan henkilöauton CO<sub>2</sub>-kuljetuksen keskiarvo. Taulukossa 4 ja 5 on esitetty yrityksen CO<sub>2</sub>-laskurit niin Helsingin Jakelu-Expert Oy:n omien ajoneuvojen kuin jakajien hiilidioksidipäästöistä. Kuviossa 8 on esitetty yrityksen CO<sub>2</sub>-päästöt kuviossa.

<b>Sprinter 516 CD1 CO<sub>2</sub>-laskuri</b>		
Kilometrit	-	
CO <sub>2</sub> -päästöarvo [g/km]	220	
CO <sub>2</sub> -päästöt	129360000	g
CO <sub>2</sub> -päästöt (kg)	129360	kg
CO <sub>2</sub> -päästöt (1000 kg)	129,36	

Taulukko 4 Sprinter 516 CD1 CO<sub>2</sub>-laskuri

<b>Jakajien CO<sub>2</sub>-laskuri</b>		
Kilometrit	-	
CO <sub>2</sub> -päästöarvo [g/km]	120	
CO <sub>2</sub> -päästöt	76268160	g
CO <sub>2</sub> -päästöt (kg)	76268	kg
CO <sub>2</sub> -päästöt (1000 kg)	76,27	

Taulukko 5 Jakajien kuljetuksen CO<sub>2</sub>-laskuri



Kuvio 8 Helsingin Jakelu-Expert Oy:n CO<sub>2</sub>-päästöt

## 7 Yhteenveto

Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää oikeat yhteiskuntavastuuraportoinnin kohdat SSM-ketjulle ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun saralla. Tavoitteena oli myös ottaa selvää ja raportoida osa vastuullisuuskohdista osana lopputyötä. Yrityksen toivomusten mukaisesti mittarit (esimerkiksi hiilidioksidin kulutuksesta kuljetuksessa) olivat erittäin tärkeä osa yhteiskuntavastuuta. Myös tiivis raportti sekä sen visuaalinen ilme olisi tärkeässä roolissa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa paneuduttiin tarkemmin yhteiskuntavastuun eri osa-alueisiin, jotka ovat taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu sekä ympäristövastuu. Nämä kolme pääosa-alueita jakautuu vielä useampiin pienempiin osa-alueisiin. Esimerkiksi sosiaaliseen vastuuseen kuuluu henkilöstövastuu ja tuotevastuu. Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkkailtiin myös eri yhteiskuntavastuun lainsäädäntöjä sekä pohdittiin mihin suuntaan yhteiskuntavastuuraportointi on menossa. Myös yhteiskuntavastuuraportoin toteuttamiseen paneuduttiin luvussa 3.

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin teemahaastatteluilla sekä benchmarking-menetelmällä Itellan sekä Keskon Internet-sivujen yhteiskuntavastuuraporttiosioon. Teemahaastattelut kohdennettiin kehityspäällikölle, varastopäällikölle sekä palkanlaskijalle. Kehityspäälliköltä saatiin tietoa yrityksen kannalta olennaisista raportointikohdista sekä raportin rakenteesta. Varastopäälliköltä sekä palkanlaskijalta tietoa saatiin lähinnä kierrätykseen sekä henkilöstöön liittyvistä luvuista.

Niskalan ja Pajusen kirjan, Yritysvastuu Raportointi- ja laskentaperiaatteet, mukaan on yhteiskuntavastuun raportointiosio laadittu viiden vaiheen mukaisesti. Nämä ovat suunnittelu, sidosryhmien odotusten tunnistaminen, sisällön määrittely, tiedonkeruu sekä raportointi. Myös raportointiehdotuksissa otettiin huomioon Euroopan komission sekä kirjanpitolautakunnan suositusten mukaiset raportointikohdat niin ympäristövastuun kuin sosiaalisen vastuun ohella.

## 8 Johtopäätökset

Yhteiskuntavastuuraportointi on yleistymään päin. Uusiutuva lainsäädäntö sekä ihmisten muuttuvat asenteet kasvattavat jatkuvasti yhteiskuntavastuusta raportoitvien yritysten määrää. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda SSM-ketjulle mallipohja ympäristövastuun sekä sosiaalisen vastuun ohella yhteiskuntavastuuraportointiin sekä raportoida osa kohdista Helsingin Jakelu-Expert Oy:n näkökulmasta. Työn aihe on erittäin ajankohtainen sekä hyödyllinen SSM-ketjun kannalta; yhä useampi sidosryhmä vaatii raportointia eri yhteiskuntavastuun

osa-alueista. Muun muassa IKEA vaatii kaikilta sidosryhmiltään IWAY-standardin mukaiset vaatimukset vastuullisuuden saralta.

Kehityspäälliköltä saadun palautteen mukaan opinnäytetyöstä on SSM-konsernille tulevaisuudessa hyötyä. Opinnäytetyön tuloksista voidaan rakentaa helposti tulevaisuudessa tiivis yhteiskuntavastuuraportti SSM-ketjulle. Mikäli SSM-ketju alkaa toteuttamaan tulevaisuudessa jatkuvaa yhteiskuntavastuuraportointia, tulee myös taloudellisen vastuun osa-alueita ottaa huomioon. Niihin ei tässä opinnäytetyössä ole paneuduttu. Hyvä jatkotutkimuksen aihe olisi-kin ottaa selville ja raportoida sopivat taloudellisen vastuun kohdat SSM-ketjulle. Myös hyvä jatkotutkimuksen aihe olisi ottaa selville kuinka sitouttaa mainostenjakajat työhön. Niin kuin tässä opinnäytetyössä kävi ilmi, on jakajien vaihtuvuus erittäin suurta, ja se rasittaa yritystä niin lyhyellä kuin pitkälläkin tähtäimellä

Opinnäytetyön tekijä suosittelee jatkuvan yhteiskuntavastuuraportin toteuttamista jatkossa SSM-ketjulle. On tärkeä mukautua muuttuvan yhteiskunnan mukana. Tulevaisuudessa on mahdollista, että yhteiskuntavastuuraportoinnista tulee ainakin osittain pakollista, joten on hyvä ennakoida mahdollisesti muuttava lainsäädäntö jo etukäteen. Vastuullisuudesta raportointi on myös PR-toiminnan kannalta hyväksi; avoimuus yrityksen toiminnoista antaa luotettavan kuvan yrityksestä.

Opinnäytetyössä saadut tiedot paperin, kartongin sekä muovin kierrätyksestä eivät ole täysin luotettavia. Tieto perustuu varastopäällikön laskelmiin kuinka monta kertaa kierrätyslaitos on käynyt noutamassa eri materiaaleja kierrätykseen. Toki luvut ovat suuntaa-antavia ja opinnäytetyöntekijä yhdessä varastopäällikön kanssa uskoo tietojen olevan suhteellisen lähellä totuutta. Sen sijaan sähkönkulutus sekä pakettiauto Sprinter 516 CD1 CO<sub>2</sub>-mittari ovat täysin luotettavia. Mainostenjakajien CO<sub>2</sub>-mittari on vain suuntaa-antava, koska mainostenjakajat työskentelevät omilla autoillaan, ja jokaisen auton hiilidioksidikulutus kilometriä kohden olisi ollut liian työlästä ottaa selville. Kyseisessä mittarissa on käytetty viitearvona 120 g/km, joka on normaalin henkilöauton keskimääräinen hiilidioksidikulutus kilometriä kohden.

SSM-ketju ei tällä hetkellä toteuta aktiivista asiakas- ja henkilöstötyytyväisyyskyselyitä. Opinnäytetyön tekijän kehitysehdotuksena onkin, että yritys alkaisi toteuttamaan tyytyväisyyskyselyitä jatkossa. Kuten kappaleessa 3.3 Yhteiskuntavastuuraportin toteuttaminen todettiin, on asiakas- sekä henkilöstötyytyväisyyskyselyillä suuri merkitys oman palvelun laadun kehittämiseen.

## Lähteet

### Kirjalliset lähteet

Harmaala, M., Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. 2011. Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa. Tallinna: Raamatutrükikoda.

Juholin, E. 2004. COSMOPOLIS Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Jussila, M. 2010. Yhteiskuntavastuu. Nyt. Vantaa: Hansaprint Oy.

KHT-yhdistys - Föreningen CGR ry. 2008. Yhteiskuntavastuuraportointi - vaatimuksia ja erityiskysymyksiä. Helsinki: KHT-Media Oy.

Niskala, M., Pajunen, Tomi. & Tarna-Mani K. 2013. Yritysvastuu - raportointi- ja laskentaperiaatteet. Porvoo: KHT-Media Oy.

Ojasalo, K., Moilanen T. & Ritalahti J. 2014. Kehittämistyön menetelmät Uudenlaista osaamista liikeetoimintaan. 3. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

### Sähköiset lähteet

About the GHG Protocol. 2014. Viitattu 18.1.2015. [www.ghgprotocol.org/about-ghgp](http://www.ghgprotocol.org/about-ghgp)

Airola, S. 2011. Kirjanpidon ABC. Viitattu 27.12.2014. [http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon\\_abc/](http://www.taloushallintoliitto.fi/tilitoimistot/kirjanpidon_abc/)

America's Story from America's Library. 2014. Viitattu 28.8.2014. [http://www.americas-library.gov/jb/civil/jb\\_civil\\_ford\\_3.html](http://www.americas-library.gov/jb/civil/jb_civil_ford_3.html)

Arvot. 2014. Viitattu 28.8.2014. <https://www.s-kanava.fi/web/s/s-ryhma/arvot>

Arvot. 2012. Viitattu 1.9.2014. <https://www.op.fi/op/op-pohjola-ryhma/op-pohjola-ryhma/strategia/arvot?id=80123&srcpl=8>

Corporate Responsibility Report 2013. 2014. Viitattu 26.10.2014. <http://www.kesko.fi/en/Responsibility/Raportit/Corporate-Responsibility-Report-2013/>

Energia. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://yhteiskuntavastuu2013.kesko.fi/gri/tunnusluvut/ymparistovaikutukset/energia>

G3.1 AND G3 GUIDELINES. 2014. Viitattu 31.10.2014. <https://www.globalreporting.org/reporting/G3andG3-1/Pages/default.aspx>

Global Reporting Initiative. 2014. Viitattu 6.9.2014. <https://www.globalreporting.org/languages/Finnish/Pages/default.aspx>

Helsingin Jakelu-Expert Oy. 2014. Viitattu 31.10.2014. <http://www.suomensuoramainonta.fi/yritys/yhteystiedot/paakaupunkiseutu/>

Henkilöstö. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://yhteiskuntavastuu2013.kesko.fi/gri/tunnusluvut/sosiaaliset-vaikutukset/henkilosto>

Ihmisoikeudet 2013. 2014. Viitattu 27.10.2014 <http://yhteiskuntavastuu2013.kesko.fi/gri/tunnusluvut/sosiaaliset-vaikutukset/ihmisoikeudet>

Itella yritysvastuuraportti 2013. 2014. Viitattu 27.10.2014. [http://annualreport2013.itella.com/filebank/1333-Itella\\_Yritysvastuuraportti\\_2013.pdf](http://annualreport2013.itella.com/filebank/1333-Itella_Yritysvastuuraportti_2013.pdf)

IWAY Standard. 2008. Viitattu 28.8.2014.  
[http://www.ikea.com/ms/en\\_GB/about\\_ikea/pdf/SCGlobal\\_IWAYSTDVers4.pdf](http://www.ikea.com/ms/en_GB/about_ikea/pdf/SCGlobal_IWAYSTDVers4.pdf)

Janton konserni. 2014. Viitattu 31.10.2014. <http://www.janton.fi/konserni/konserni/>

Jätevedet ja jätteet. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://yhteiskuntavastuu2013.kesko.fi/gri/tunnusluvut/ymparistovaikutukset/jatevedet-ja-jatteet>

Keskon yhteiskuntavastuun raportti 2013. 2014. Viitattu 26.10.2014.  
<http://www.kesko.fi/fi/Vastuullisuus/Raportit/Keskon-yhteiskuntavastuun-raportti-2013/>

Mitä tarkoittaa Benchmarking?. 2014. Viitattu 30.10.2014. <http://www.e-economic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/benchmarking>

Mäkelä, T. 2014. Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä. Viitattu 28.8.2014 & 6.12.2014.  
<http://ek.fi/mita-teemme/energia-liikenne-ja-ymparisto/vastuullisuus/>

Nokia kiistää verinmineraalien käytön. 2010. Viitattu 29.8.2014.  
<http://areena.yle.fi/tv/1278524>

Overview of changes in standard disclosures from G3 to G4 guidelines. 2013. Viitattu 28.10.2014. <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G4-Overview-Tables-G3-vs-G4.pdf>



Päästöt. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://yhteiskuntavastuu2013.kesko.fi/gri/tunnuslu-vut/ymparistovaikutukset/paastot>

Raportointiohjeistot. 2014. Viitattu 31.10.2014. <http://www.fibsry.fi/fi/teemat/vastuullisuusraportointi/raportointiohjeistot>

Remes, M. Integroitu raportointi kertoo yrityksestä oleellisen. 2014. Viitattu 1.12.2014. <http://www.kpmg.com/fi/fi/ajankohtaista/uutisia-ja-julkaisuja/asiakaslehdet/sivut/view-1-2014-integroitu-raportointi-kertoo-yrityksesta-oleellisen.aspx>

Ristelä, P. 2014. Yritysten yhteiskuntavastuu. Viitattu 27.12.2014. [www.finunions.org/teemat/yritysten\\_yhteiskuntavastuu](http://www.finunions.org/teemat/yritysten_yhteiskuntavastuu)

S-ryhmä lahjoittaa miljoona euroa lastensairaalle. 2013. Viitattu 28.8.2014. [https://www.s-kanava.fi/uutinen/s-ryhma-lahjoittaa-miljoona-euroa-lastensairaalle/940259\\_384136](https://www.s-kanava.fi/uutinen/s-ryhma-lahjoittaa-miljoona-euroa-lastensairaalle/940259_384136)

SSM Suomen Suoramainonta. 2014. Viitattu 31.10.2014. <http://www.suomensuoramainonta.fi/yritys/>

Sundqvist, V. 2012. Finnairin johto sai lähes kolmen miljoonan bonukset. Viitattu 28.8.2014. [http://yle.fi/uutiset/finnairin\\_johto\\_sai\\_lahes\\_kolmen\\_miljoonan\\_bonukset/5070158](http://yle.fi/uutiset/finnairin_johto_sai_lahes_kolmen_miljoonan_bonukset/5070158)

Suomen Posti -konsernin YRITYSVASTUU 2005. 2006. Viitattu 27.10.2014. [http://www.itella.fi/group/liitteet/konserni/posti\\_yritysvastuu\\_2005.pdf](http://www.itella.fi/group/liitteet/konserni/posti_yritysvastuu_2005.pdf)

Taloudellinen katsaus 2012. 2012. Viitattu 28.8.2014. [http://www.finnairgroup.com/linked/fi/konserni/Finnair\\_Taloudellinen\\_katsaus\\_2012.pdf](http://www.finnairgroup.com/linked/fi/konserni/Finnair_Taloudellinen_katsaus_2012.pdf)

Tuotevastuu. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://yhteiskuntavastuu2013.kesko.fi/gri/tunnuslu-vut/sosiaaliset-vaikutukset/tuotevastuu>

Turku-Palvelu Oy. 2014. Viitattu 31.10.2014. <http://www.suomensuoramainonta.fi/yritys/yhteystiedot/turku/>

”Tätä totuutta yritysjohtajat eivät haluaisi myöntää” - Google-pomo selittää, miksi palkkojen leikkaaminen satuttaa kaikkia. 2014. Viitattu 28.8.2014. <http://www.talouselama.fi/uutiset/tata+totuutta+yritysjohtajat+eivat+haluaisi+myontaa++googlepomo+selittaa+miksi+palkkojen+leikkaaminen+satuttaa+kaikkia/a2228175>

Uusiutuvat raaka-aineet. 2014. Viitattu 30.8.2014. <http://www.nesteoil.fi/default.asp?path=35,52,11990,22214,22228>

Vahtila, S. 2014. ISO 26000 Yhteiskuntavastuu. Viitattu 5.9.2014. [http://www.sfs.fi/julkaisut\\_ja\\_palvelut/tuotteet\\_valokeilassa/iso\\_26000\\_yhteiskuntavastuu](http://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_26000_yhteiskuntavastuu)

Vastuullinen yrittäjyys pk-yrityksessä. 2008. Viitattu 18.1.2015. [http://www.tem.fi/files/32542/Vastuullinen\\_yrittajyys\\_pkyrityksissa.pdf](http://www.tem.fi/files/32542/Vastuullinen_yrittajyys_pkyrityksissa.pdf)

Vastuullisuusraportointi: Uudet tuulet puhaltavat, EU eturintamassa. 2014. Viitattu 18.11.2014. <https://www.tem.fi/yritykset/yhteiskuntavastuu/vastuullisuusraportointi>

Vastuullisuusraportointikilpailun voittajat. 2014. Viitattu 26.10.2014. <http://www.fibsry.fi/fi/teemat/vastuullisuusraportointi/vastuullisuusraportointikilpailu/2-uncategorised/212-vastuullisuusraportointikilpailun-voittajat>

Vauhti hiipuu PwC:n yritys vastuubarometri 2014. 2014. Viitattu 18.11.2014. <http://www.pwc.fi/fi/julkaisut/tiedostot/yritysvastuubarometri-2014.pdf>

Vesi. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://yhteiskuntavastuu2013.kesko.fi/gri/tunnusluvut/ymparistovaikutukset/vesi>

Virtanen, A., Hirvelä H. Kisällit barometrianalyysin asiantuntijoina. 2014. Viitattu 18.11.2014. <http://www.pwc.fi/fi/julkaisut/yritysvastuubarometri/kisallit-barometrianalyysin-asiantuntijoina.jhtml>

Yhteiskunta. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://yhteiskuntavastuu2013.kesko.fi/gri/tunnusluvut/sosiaaliset-vaikutukset/yhteiskunta>

Yhteiskuntavastuun raportit. 2014. Viitattu 26.10.2014. <http://www.kesko.fi/fi/Vastuullisuus/Raportit/>

Ympäristöjärjestelmät ja johtaminen. 2013. Viitattu 3.1.2015. [http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus\\_ja\\_tuotanto/Ymparistojarjestelmat\\_ja\\_johtaminen](http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen)

Ympäristöraportointi. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://annualreport2013.itella.com/vastuullisuus/ymparistovastuu/ymparistoraportointi>

Yritysvastuu on suuri mahdollisuus. 2014. Viitattu 18.11.2014. <http://www.taskut.fi/yritysvastuu-on-suuri-mahdollisuus/>

Yritysvastuuraportti 2013. 2014. Viitattu 27.10.2014. <http://annualreport2013.itella.com/vastuullisuus>

Poulsen, F. 2010. Verikännykät. Koncern TV & Film Production. Viitattu 29.8.2014.

Julkaisemattomat lähteet

Janton Oy, haastattelu 20.10.2014. Helsinki

Janton Oy, haastattelu 6.11.2014. Helsinki

Helsingin Jakelu-Expert Oy, haastattelu 25.11.2014. Helsinki

Janton Oy, haastattelu 5.12.2014. Helsinki

## Kuviot.

Kuvio 1 Yhteiskuntavastuun osa-alueet (Niskanen, Pajunen, Tarna-Mani 2013, 18). ....	11
Kuvio 2 Yrityksen motivaattorit yhteiskuntavastuuraportointiin (Harmaala & Jallinoja 2012, 58). ....	16
Kuvio 3 Yrityksen yhteiskunnalliset, taloudelliset sekä sisäiset sidosryhmät (Harmaala & Jallinoja 2012, 65). ....	18
Kuvio 4 Yhteiskuntavastuuraportoinnin prosessi (Niskala ym. 2013, 103) ....	23
Kuvio 5 Mainosten jakajien ikärakanne (2011) ....	39
Kuvio 6 Paperin kierrätyksen määrän muutos ....	41
Kuvio 7 Helsingin Jakelu-Expert Oy:n muun materiaalin kierrätys.....	42
Kuvio 8 Helsingin Jakelu-Expert Oy:n CO2-päästöt ....	44

## Taulukot

Taulukko 1 Raportointimallien edut ja hyödyt (Joutsenvirta ym. 2011, 271). .....	20
Taulukko 2 Keskon ja Itellan yhteiskuntavastuuraporttien vertailu taulukossa.....	35
Taulukko 3 Helsingin Jakelu-Expertin materiaalin kierrätys kaavio (Haastattelu 25.11.2014) .....	43
Taulukko 4 Sprinter 516 CD1 CO <sub>2</sub> -laskuri.....	43
Taulukko 5 Jakajien kuljetuksen CO <sub>2</sub> -laskuri.....	43

## Liitteet

Liite 1 Termien määrittely .....	55
Liite 2 Teemahaastattelun kysymyksiä kehityspäällikölle .....	56
Liite 3 Teemahaastattelun kysymyksiä palkanlaskijalle .....	57
Liite 4 Teemahaastattelukysymyksiä varastopäällikölle .....	58

## Liite 1 Termien määrittely

### AA1000

AA1000 on AccountAbility-yhteisön kehittäämä standardi. AA1000-standardin tavoite on edistää yritysten yhteiskuntavastuullisuutta sekä sen seuranta ja mittaamista

### ISO 26000 -standardi

ISO 26000 -standardi on ISO-organisaation kehittäämä yhteiskuntavastuustandardi. ISO 26000 -yhteiskuntavastuustandardi käsittelee muun muassa seitsemää eri yhteiskuntavastuun osa- aluetta: hallintotapaa, ihmisoikeuksia, työelämän käytäntöjä, ympäristöä, oikeudenmukaisia toimintatapoja, kuluttaja-asioita sekä yhteisön toimintaan osallistumista ja sen kehittämistä.

### GRI

GRI on yhteiskuntavastuuraportoinnin viitekehys sekä raportointiohjeisto, jonka avulla yritys pystyy luomaan itselleen yhteiskuntavastuuraportin. Ohjeisto koostuu kolmesta pääperiaatteesta, jotka ovat taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu, sekä ympäristövastuu. GRI-ohjeistukset päivittyvät aika ajoin. Esimerkiksi GRI:n G3-ohjeistukset julkaistiin vuonna 2006 ja G4-ohjeistukset 2013.

### IWAY-standardi

IKEA:n sidosryhmilleen luoma standardi, jotka kaikkien IKEA:n sidosryhmien tulee täyttää niin sosiaalisella kuin ympäristötasolla.

### EMAS-asetus

EMAS-asetus (the Eco-Management and Audit Scheme) koostuu ISO 14001 -ympäristöstandardin mukaisesta ympäristöraportoinnista eli EMAS-selonteosta (Ympäristöjärjestelmät ja johtaminen 2013).

### GHG-protokolla

GHG-protokolla on paljon käytetty kansainvälinen kirjanpidon väline yrityksille ymmärtämään ja hallitsemaan yrityksen kasvihuonepäästöjä (About the GHG Protocol 2014).

Liite 2 Teemahaastattelun kysymyksiä kehityspäällikölle

1. Minkälainen vastuullisuusraportti tukee parhaiten SSM-ketjun tarpeita?
2. Millaisia syitä yhteiskuntavastuuraportointiin löytyy?
3. Tullaanko noudattamaan GRI:n mukaisia ohjeita?
4. Mitä asioita tulisi sisällyttää raporttiin?
5. Onko konsernilla resursseja jatkuvaan raportointiin?
6. Tuleeko yhteiskuntavastuuraportti vastaamaan sidosryhmien tarpeisiin?
7. Mikä olisi raportin paras julkaisumuoto?
8. Millä tavalla Helsingin Jakelu-Expert toteuttaa laadunvalvontaa?
9. Millä tavoin Helsingin Jakelu-Expert kouluttaa henkilöstöään, esimerkiksi mainosten jakajia?



Liite 3 Teemahaastattelun kysymyksiä palkanlaskijalle

1. Paljonko kuljetukselle tuli kilometrejä vuonna 2013?
2. Paljonko autollisille mainosten jakajille tuli kilometrejä vuonna 2013?
3. Paljonko yrityksen sähkön kulutus oli vuonna 2013?
4. Kuinka monta henkilöä on aloittanut työskentelyn Helsingin Jakelu-Experteillä vuonna 2013?
5. Kuinka monta mainostenjakajaa on aloittanut ja lopettanut Helsingin Jakelu-Experteillä vuonna 2013?
6. Millainen on henkilöstön ikärakenne?

Liite 4 Teemahaastattelukysymyksiä varastopäällikölle

1. Paljonko paperin kierrätyksen määrä on muuttunut viime vuosina?
2. Paljonko yritys kierrättää muovia?
3. Paljonko yritys kierrättää kartonkia
4. Paljon on yrityksen pakettiautojen hiilidioksidikulutus?